



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE INCIDENCIA EN EL
FRACASO DE LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN ALAUSÍ,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2023.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

ALEXANDRA ELIZABETH GARCÉS MARCATOMA

Riobamba – Ecuador

2024



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE INCIDENCIA EN EL
FRACASO DE LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN ALAUSÍ,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2023.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: ALEXANDRA ELIZABETH GARCÉS MARCATOMA

DIRECTOR: ING. JUAN ALBERTO ÁVALOS REYES, PhD.

Riobamba – Ecuador

2024

© 2024, Alexandra Elizabeth Garcés Marcatoma

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Alexandra Elizabeth Garcés Marcatoma, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 30 de mayo de 2024

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'A' followed by a vertical line and a small flourish at the bottom.

Alexandra Elizabeth Garcés Marcatoma

C.I: 060591624-6

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, “**ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE INCIDENCIA EN EL FRACASO DE LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2023.**” realizado por la señorita: **ALEXANDRA ELIZABETH GARCÉS MARCATOMA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. William Patricio Cevallos Silva PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 _____	2024-05-30
Ing. Juan Alberto Ávalos Reyes DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	 _____	2024-05-30
Ing. Olga Maritza Rodríguez Ulcuango ASESORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	 _____	2024-05-30

DEDICATORIA

A Dios, quien me ha brindado fuerza, sabiduría y resiliencia en cada paso de este camino académico, a mi madre por ser el pilar fundamental en mi vida, ejemplo de trabajo, admiración, superación, ética y esfuerzo; tus palabras de aliento, consejos sabios y amor incondicional me han impulsado a alcanzar cada una de mis metas, gracias por estar siempre a mi lado, creer en mí, por sacrificarte para brindarme oportunidades, este logro lleva impreso tu amor y dedicación. A mis amigos quienes fueron mi ayuda incondicional y me llenaron de alegría para seguir adelante.

Ely

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por abrirme las puertas y permitir formarme en sus aulas, a mis asesores quienes me guiaron siempre en este camino, sus enseñanzas han sido fundamentales en este crecimiento académico y profesional y a familiares quienes siempre confiaron en mí y me motivaron en el transcurso del camino.

Ely

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvi
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1. Planteamiento del Problema.....	2
1.2. Limitaciones y delimitaciones.....	4
1.2.1. Delimitación.....	4
1.2.2. Delimitación del Contenido.....	4
1.2.3. Delimitación Espacial.....	4
1.2.4. Delimitación Temporal.....	4
1.3. Objetivos.....	4
1.3.1. Objetivo General.....	4
1.3.2. Objetivos Específicos.....	5
1.3.3. Formulación del Problema.....	5
1.4. Idea a defender.....	5
1.5. Justificación del problema.....	5
1.5.1. Justificación Teórica.....	5
1.5.2. Justificación Metodológica.....	6
1.5.3. Justificación Práctica.....	7

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Estado del arte.....	8
2.2. Referencias teóricas.....	9
2.2.1. Emprendimiento.....	9
2.2.1.1. Tipos de emprendimiento.....	10
2.2.1.2. Importancia del emprendimiento.....	10

2.2.2. Emprendedor	11
2.2.2.1. <i>Cualidades del emprendedor</i>	11
2.2.2.2. <i>Diferencia entre el emprendedor y el individuo común</i>	11
2.2.2.3. <i>Diferencia entre emprendedor y empresario</i>	12
2.2.3. Importancia del emprendimiento en la economía ecuatoriana	13
2.2.4. Evolución del ecosistema de emprendimiento	13
2.2.5. Actividad emprendedora	14
2.2.5.1. <i>Variables de desarrollo económico y actividades emprendedora e innovadora.</i>	14
2.2.5.2. <i>Fases del emprendimiento</i>	15
2.2.6. Emprendimiento basado en ciencia y tecnología	15
2.2.7. Emprendimiento como campo de investigación	15
2.2.8. Emprendimiento y educación	16
2.2.8.1. <i>Emprendimiento, educación, desempleo y desarrollo local</i>	16
2.2.9. La academia y el emprendimiento	17
2.2.9.1. <i>Factores que promueven el emprendimiento</i>	17
2.2.9.2. <i>¿Cómo lograr los objetivos?</i>	18
2.2.10. Éxito del emprendimiento	18
2.2.10.1. <i>Factores que influyen en el éxito del emprendimiento</i>	19
2.2.10.2. <i>Claves para el éxito</i>	19
2.2.11. Fracaso del emprendimiento	20
2.2.11.1. <i>Causas del fracaso</i>	21
2.2.11.2. <i>¿Cómo lidiar con el fracaso?</i>	21
2.2.12. Estrategia	22
2.2.12.1. <i>Origen de la estrategia</i>	22
2.2.12.2. <i>Importancia de la estrategia</i>	23
2.2.12.3. <i>Éxito de la estrategia</i>	23
2.2.12.4. <i>Gestión estratégica</i>	23
2.2.12.5. <i>Estrategias de venta</i>	24
2.2.12.6. <i>Estrategias financieras</i>	25
2.2.13. Planificación	26
2.2.13.1. <i>Planificación estratégica</i>	26
2.2.13.2. <i>Planificación operativa</i>	26
2.2.13.3. <i>Planificación táctica</i>	26
2.2.14. Análisis FODA	26
2.2.14.1. <i>Historia del análisis FODA</i>	26
2.2.14.2. <i>¿Qué es el análisis FODA?</i>	27
2.2.14.3. <i>Características del análisis FODA</i>	27

2.2.14.4. Estructura de un análisis FODA.....	28
2.2.14.5. Elementos del análisis FODA	28
2.2.15. Análisis PESTEL	29
2.2.15.1. ¿Qué es el análisis PESTEL?.....	29
2.2.15.2. Importancia.....	29
2.2.15.3. Factores del análisis PESTEL	29

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA	31
3.1. Enfoque de la investigación	31
3.1.1. Enfoque cualitativo	31
3.1.2. Enfoque cuantitativo	31
3.1.3. Enfoque mixto	32
3.2. Alcance de la investigación.....	32
3.2.1. Exploratorio.....	32
3.2.2. Descriptivo	32
3.3. Diseño de la investigación.....	33
3.3.1. No experimental	33
3.4. Tipo de estudio	33
3.4.1. Transversal	33
3.5. Métodos de investigación.....	33
3.5.1. Método deductivo	33
3.5.2. Método inductivo	34
3.6. Técnicas de investigación.....	34
3.6.1. Encuesta	34
3.6.2. Entrevista.....	34
3.7. Instrumentos de investigación.....	35
3.7.1. Cuestionario	35
3.7.2. Guía de entrevista.....	35
3.8. Población y muestra.....	35
3.8.1. Población	35
3.8.2. Muestra	36
3.9. Validación de los instrumentos de investigación	36
3.9.1. Método Delphi	36
3.9.2. Coeficiente alfa de Cronbach	37

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	38
4.1.	Tabulación de las encuestas.....	38
4.1.1.	<i>Género</i>	<i>38</i>
4.1.2.	<i>Edad</i>	<i>39</i>
4.1.3.	<i>Nivel de estudios</i>	<i>40</i>
4.1.4.	<i>¿Cuál fue el motivo que le llevó a tomar la decisión de emprender?</i>	<i>41</i>
4.1.5.	<i>¿En qué sector ha logrado desenvolver su emprendimiento?</i>	<i>42</i>
4.1.6.	<i>¿Qué fuentes de financiamiento ha usado usted para poner en marcha su negocio?</i>	<i>43</i>
4.1.7.	<i>¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en el mercado?</i>	<i>44</i>
4.1.8.	<i>¿Cuál es el mayor riesgo que ha enfrentado en su negocio?</i>	<i>45</i>
4.1.9.	<i>¿Ha emprendido en más de una ocasión?</i>	<i>46</i>
4.1.10.	<i>¿Cuál fue el motivo por el cuál cerró su emprendimiento?</i>	<i>47</i>
4.1.11.	<i>¿Cuál fue el tiempo de vida de su emprendimiento?</i>	<i>48</i>
4.1.12.	<i>¿Considera que la planificación tiene un impacto importante al momento de conseguir el éxito en un emprendimiento?</i>	<i>49</i>
4.1.13.	<i>¿En qué medida la falta de financiamiento ha contribuido al fracaso de los emprendimientos en el Cantón Alausí?</i>	<i>50</i>
4.1.14.	<i>¿Con qué frecuencia asiste a algún tipo de capacitación, taller o asesoría para emprendedores?</i>	<i>51</i>
4.1.15.	<i>¿Qué obstáculo cree que enfrentan con mayor frecuencia los emprendedores en Alausí?.....</i>	<i>52</i>
4.1.16.	<i>En su opinión, ¿cuál es la mayor barrera para el crecimiento de un emprendimiento en el Cantón Alausí?</i>	<i>53</i>
4.1.17.	<i>¿Qué factor cree que tiene el mayor impacto en la sostenibilidad a largo plazo de un emprendimiento?</i>	<i>54</i>
4.1.18.	<i>¿Qué necesita mejorar el ecosistema emprendedor del Cantón Alausí para reducir el fracaso de los emprendimientos?</i>	<i>55</i>
4.2.	Entrevista a funcionarios del Gobierno Provincial, Gobierno Autónomo del Cantón Alausí y docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. ..	56
4.2.1.	<i>Entrevista 1</i>	<i>56</i>
4.2.2.	<i>Entrevista 2</i>	<i>58</i>
4.2.3.	<i>Entrevista 3</i>	<i>60</i>
4.2.4.	<i>Entrevista 4</i>	<i>63</i>
4.2.5.	<i>Entrevista 5</i>	<i>65</i>

4.3.	Discusión de resultados.....	67
-------------	-------------------------------------	-----------

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	68
5.1.	Propuesta	68
5.1.1.	<i>Título.....</i>	68
5.1.2.	<i>Objetivo de la Propuesta</i>	68
5.1.2.1.	<i>Objetivo General.....</i>	68
5.1.2.2.	<i>Objetivos Específicos</i>	68
5.1.3.	<i>Antecedentes</i>	68
5.1.4.	<i>Análisis de factores.....</i>	69
5.1.4.1.	<i>Identificación de patrones.....</i>	69
5.1.4.2.	<i>Factores críticos</i>	70
5.1.4.3.	<i>Tendencia de palabras</i>	71
5.1.4.4.	<i>Matriz de categorización.....</i>	73
5.1.5.	<i>Tiempo de vida de los emprendimientos</i>	74
5.1.6.	<i>Matriz de implicados o stakeholders</i>	74
5.1.7.	<i>Macroentorno</i>	75
5.1.7.1.	<i>Análisis situacional</i>	76
5.1.8.	<i>Análisis PESTEL</i>	76
5.1.8.1.	<i>Dimensión Económica</i>	76
5.1.8.2.	<i>Dimensión Político-Legal</i>	77
5.1.8.3.	<i>Dimensión Tecnológica.....</i>	78
5.1.8.4.	<i>Dimensión Ambiental</i>	78
5.1.9.	<i>Microentorno.....</i>	79
5.1.9.1.	<i>Proveedor.....</i>	79
5.1.9.2.	<i>Competencia.....</i>	80
5.1.9.3.	<i>Cliente</i>	80
5.1.10.	<i>Análisis Matriz EFI-EFE</i>	81
5.1.10.1.	<i>Matriz EFI.....</i>	81
5.1.10.2.	<i>Matriz EFE.....</i>	82
5.1.11.	<i>FODA.....</i>	82
5.1.11.1.	<i>Análisis interno</i>	83
5.1.11.2.	<i>Análisis externo.....</i>	83
5.1.12.	<i>Matriz cuadrática FODA</i>	85
5.1.13.	<i>Diseño de las estrategias FODA</i>	87

5.1.14. Planteamiento de Estrategias	89
5.1.14.1. <i>Estrategia 1: Fomentar la asociatividad</i>	89
5.1.14.2. <i>Estrategia 2: Fuentes de financiamiento</i>	91
5.1.14.3. <i>Estrategia 3: Comercialización</i>	92
5.1.14.4. <i>Estrategia 4: Reducción del periodo de recuperación de la Inversión</i>	93
5.1.14.5. <i>Estrategia 5: Manejo de un sistema contable básico</i>	99
5.1.14.6. <i>Estrategia 6: Capacitación en educación financiera para emprendedores</i>	100
5.1.15. Cronograma de estrategias	101
CONCLUSIONES	103
RECOMENDACIONES	104
GLOSARIO	
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3-1:	Método Delphi	36
Tabla 4-1:	Género	38
Tabla 4-2:	Edad.....	39
Tabla 4-3:	Nivel de estudios	40
Tabla 4-4:	Motivo para emprender	41
Tabla 4-5:	Actividad del emprendimiento	42
Tabla 4-6:	Fuentes de financiamiento.....	43
Tabla 4-7:	Tiempo de permanencia del emprendimiento en el mercado.....	44
Tabla 4-8:	Mayor riesgo	45
Tabla 4-9:	Emprendimientos previos.....	46
Tabla 4-10:	Motivo de cierre del emprendimiento	47
Tabla 4-11:	Tiempo del emprendimiento en el mercado	48
Tabla 4-12:	Impacto de la planificación	49
Tabla 4-13:	Impacto del financiamiento.....	50
Tabla 4-14:	Asistencia a capacitaciones	51
Tabla 4-15:	Obstáculos que enfrentan los emprendedores	52
Tabla 4-16:	Barrera para el crecimiento	53
Tabla 4-17:	Factor con mayor impacto en la sostenibilidad.....	54
Tabla 4-18:	Mejora en el ecosistema emprendedor	55
Tabla 5-1:	Matriz de palabras	69
Tabla 5-2:	Tendencia de palabras	71
Tabla 5-3:	Dimensión Económica	76
Tabla 5-4:	Dimensión Político-Legal	77
Tabla 5-5:	Dimensión Tecnológica.....	78
Tabla 5-6:	Dimensión Ambiental	79
Tabla 5-7:	Proveedor	79
Tabla 5-8:	Competencia.....	80
Tabla 5-9:	Cliente	80
Tabla 5-10:	Matriz EFI	81
Tabla 5-11:	Matriz EFE	82
Tabla 5-12:	Matriz FODA	84
Tabla 5-13:	Matriz cuadrática FODA.....	86
Tabla 5-14:	Diseño de estrategias	87
Tabla 5-15:	Red Asociativa	89

Tabla 5-16: Fuentes de financiamiento.....	91
Tabla 5-17: Comercialización.....	92
Tabla 5-18: Reducción PRI	93
Tabla 5-19: Sistema contable básico	99
Tabla 5-20: Capacitación en educación financiera	100
Tabla 5-21: Cronograma de estrategias	102

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2-1:	Tipos de emprendimientos	10
Ilustración 2-2:	Perfil del emprendedor	11
Ilustración 2-3:	Diferencia entre emprendedor y empresario	12
Ilustración 2-4:	Evaluación de las condiciones marco para el emprendimiento en Ecuador, 2019	13
Ilustración 2-5:	Desarrollo económico y actividades emprendedora e innovadora	14
Ilustración 2-6:	Etapas de la actividad emprendedora	15
Ilustración 2-7:	Emprendimiento, educación, desempleo y desarrollo local	17
Ilustración 4-1:	Género	38
Ilustración 4-2:	Nivel de estudios	40
Ilustración 4-3:	Motivo para emprender	41
Ilustración 4-4:	Actividad del emprendimiento	42
Ilustración 4-5:	Fuentes de financiamiento	43
Ilustración 4-6:	Tiempo de permanencia del emprendimiento en el mercado	44
Ilustración 4-7:	Mayor riesgo.....	45
Ilustración 4-8:	Emprendimientos previos.....	46
Ilustración 4-9:	Motivo de cierre del emprendimiento	47
Ilustración 4-10:	Tiempo del emprendimiento en el mercado	48
Ilustración 4-11:	Impacto de la planificación	49
Ilustración 4-12:	Impacto del financiamiento	50
Ilustración 4-13:	Asistencia a capacitaciones	51
Ilustración 4-14:	Obstáculos que enfrentan los emprendedores	52
Ilustración 4-15:	Barrera de crecimiento	53
Ilustración 4-16:	Factor con mayor impacto en la sostenibilidad	54
Ilustración 4-17:	Mejora en el ecosistema emprendedor	55
Ilustración 5-1:	Nube de palabras	70
Ilustración 5-2:	Tendencia de palabras	73
Ilustración 5-3:	Matriz de categorización	73
Ilustración 5-4:	Stakeholders o implicados.....	75
Ilustración 5-5:	Diagrama organizacional.....	90
Ilustración 5-6:	Logo.....	93

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** ENCUESTA APLICADA A EMPRENDEDORES DEL CANTÓN ALAUSÍ
- ANEXO B:** ENTREVISTA REALIZADA A FUNCIONARIOS DEL GOBIERNO PROVINCIAL, GOBIERNO AUTÓNOMO DEL CANTÓN ALAUSÍ Y DOCENTES DE LA ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO.

RESUMEN

Los emprendimientos en el Cantón Alausí se ven afectados por factores multifacéticos, abarcando desde condiciones económicas y el contexto político-social hasta las habilidades y competencia de los emprendedores, por lo tanto, la presente investigación tuvo como objetivo analizar los factores de incidencia en el fracaso de los emprendimientos del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo, año 2023 con el fin de implementar estrategias que permitan incrementar el tiempo de vida de los emprendimientos; la metodología empleada posee un enfoque mixto, alcance exploratorio-descriptivo, diseño no experimental, tipo de estudio transversal, métodos de investigación deductivo e inductivo, para obtener información se ejecutó técnicas con sus respectivos instrumentos, entre los cuales se encuentra la encuesta realizada a emprendedores y entrevistas realizadas al Analista de Gestión Empresarial, Emprendimientos y Comercialización del Gobierno Provincial de Chimborazo, Jefe de la Unidad de Desarrollo Productivo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí y a docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo que participan en proyectos relacionados con emprendimiento en la Provincia de Chimborazo; la población objeto de la investigación estuvo conformada por 104 emprendimientos situados en el Cantón Alausí que están inscritos en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí y el Gobierno Provincial de Chimborazo. Mediante el análisis realizado se concluye que existen seis factores que frenan el correcto desenvolvimiento de los emprendimientos en el Cantón y son la falta de financiamiento, ausencia de capital inicial, competencia excesiva, disminución de la demanda, nivel de educación de los emprendedores y ventas bajas; el tiempo de vida de los emprendimientos se encuentra en un rango de 1 a 5 años evidenciando la necesidad de acciones específicas por parte de las autoridades locales y otros actores involucrados para mejorar el ecosistema emprendedor en Alausí.

Palabras clave: <FRACASO>, <EMPRENDIMIENTO>, <ANÁLISIS>, <FACTORES>, <ESTRATEGIAS>.



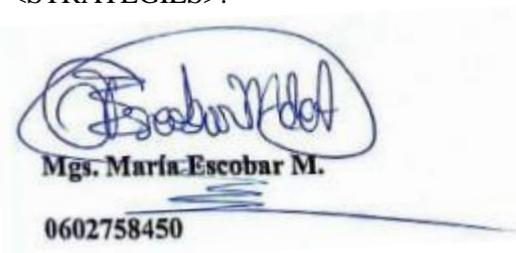
13-06-2024

0742-DBRA-UPT-2024

ABSTRACT

Entrepreneurships in the Alausí Canton are affected by multifaceted factors, ranging from economic conditions and the political-social context to the skills and competence of entrepreneurs; the present research had the objective of analyzing the factors that affect the failure of entrepreneurships in the Alausí Canton, Province of Chimborazo, year 2023 in order to implement strategies to increase the lifespan of the entrepreneurships. The methodology used was a mixed approach, exploratory-descriptive scope, non-experimental design, cross-sectional study type, deductive and inductive research methods, to obtain information techniques and instruments were used, such as the survey conducted to entrepreneurs and interviews applied to the Business Management Analyst; in order to get information, techniques and instruments were used, such as a survey of entrepreneurs and interviews with the Analyst of Business Management, Entrepreneurship and Commercialization of the Provincial Government of Chimborazo, Staff of the Productive Development Unit of the Decentralized Autonomous Government of Alausí Canton and teachers of the Polytechnic School of Chimborazo who participate in projects related to entrepreneurship in the province of Chimborazo. The research population consisted of 104 enterprises located in Alausí Canton that are registered with the Decentralized Autonomous government of Alausí Canton and the Provincial Government of Chimborazo. This analysis concluded that six factors hinder the proper development of entrepreneurship in the canton are lack of financing, lack of start-up capital, excessive competition, decreased demand, level of education of entrepreneurs, and low sales; the life span of entrepreneurship is in a range of 1 to 5 years, demonstrating the need for specific actions by local authorities and other stakeholders to improve the entrepreneurial ecosystem in Alausí.

Key words: <BREAKTHROUGH>, <ENTREPRENEURSHIP>, <ANALYSIS>, <FACTORS>, <STRATEGIES>.



Mgs. María Escobar M.
0602758450

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento juega un papel crucial en el desarrollo económico y social siendo una fuente de innovación, creación de empleo y generación de recursos económicos. Este estudio se enfoca en analizar los factores de incidencia en el fracaso de los emprendimientos del Cantón Alausí a través de un análisis detallado de los elementos internos y externos que afectan a los emprendimientos con el fin de implementar estrategias que permitan incrementar el tiempo de vida de los emprendimientos.

En el capítulo I, se exploran los antecedentes de la investigación, se describe el planteamiento del problema, se justifica la relevancia de la investigación y se establecen los objetivos que guiarán el análisis de las variables en el desarrollo del trabajo.

En el capítulo II, se profundiza en el marco teórico donde se revisan los antecedentes incluyendo estudios de autores destacados en el área de fracaso de emprendimientos, se exploran conceptos clave como fracaso, factores que influyen negativamente, planificación y estrategias; de igual manera el macro y microentorno que impacta en la actividad empresarial.

El capítulo III, detalla la metodología de la investigación, la cual tiene un enfoque mixto y se apoya en técnicas de investigación como entrevistas y encuestas para diagnosticar la situación del emprendimiento en el Cantón Alausí.

En el capítulo IV, se lleva a cabo el análisis e interpretación de los resultados obtenidos tras la ejecución de encuestas y entrevistas.

El capítulo V, se centra en proponer estrategias que permitan incrementar el tiempo de vida de los emprendimientos en el Cantón Alausí.

Finalmente, en las conclusiones y recomendaciones se resumen los logros alcanzados, aspectos relevantes y limitaciones identificadas durante la investigación, que servirán para formular las recomendaciones pertinentes.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

Los estudios realizados por (Soriano, 2009) indican que, a nivel mundial un 80% de los emprendimientos fracasan antes de los cinco años y un 90% no llega a los diez años en el mercado, sus estudios se enfocan en cinco países con una economía considerada estable como es España, dónde el porcentaje de fracaso de emprendimientos es del 80% dentro de los primeros 5 años; México en el cual al cumplir los primeros diez años de actividad económica solo el 10% logra crecer, madurar y llegar al éxito; Estados Unidos cuenta con un promedio de vida empresarial de seis años y más de un 30% de éstas no llega a culminar su tercer periodo fiscal; Argentina presenta índices de fracaso realmente considerables debido a que únicamente el 7% de los emprendimientos llega al segundo año de vida y el 3% al quinto año; finalmente en Chile se realizó un seguimiento a 67.310 empresas generando resultados porcentuales de un 25% con fracaso en el primer año, 17% en el segundo año, 13% en el tercer año y un 11% en el cuarto. La respuesta a la desaparición de emprendimientos se le atribuye a la mala orientación de marketing, carencias en la gestión, deficiencias en la planificación, desconocimiento de los procesos de gestión e insuficiencia en las áreas de producción, denominadas por Soriano como los “Cinco Pecados Capitales de las Pymes”.

Las empresas nacientes en Latinoamérica no superan la barrera de tres meses en operaciones y fracasan según informes elaborados por (GEM, 2016), además revelan datos en los cuales se identifican seis factores de fracaso señalando la educación y capacitación; financiamiento; políticas emitidas por el gobierno; Investigación y Desarrollo (I+D); nivel de aceptación en el mercado y la infraestructura.

En el periodo 2003-2013, América Latina redujo los niveles de pobreza, incorporando 50 millones de personas a la clase media, 60% de la población trabaja en emprendimientos; estas cifras deberían significar un desarrollo económico importante, pero no es el caso debido a que las empresas tienden a nacer pequeñas y permanecen de la misma manera (Ferreira et al., 2013).

Un estudio realizado por (Next U, 2013) estableció dos factores determinantes que frenan una potencial expansión del emprendimiento en América Latina, en primera instancia el capital humano debido a que no existe un gran número de profesionales egresados de ciencia y tecnología, para ocupar posiciones disponibles dentro del mercado; se presenta un segundo factor

que es el miedo al riesgo porque en América Latina existe una cultura de miedo al riesgo y vergüenza ante el fracaso, provocando que las personas no prueben cosas nuevas e intenten conseguir el éxito.

En el año 2019 Ecuador presentó una Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 36%, esto significa que, en Ecuador alrededor de 3.6 millones de habitantes estuvieron involucrados en la puesta en marcha de un emprendimiento. Durante el periodo 2010-2019, la TEA ha venido presentando niveles superiores a un 20%, sin embargo, los emprendimientos no han superado los tres meses de operación, Ecuador presenta la cifra más alta de fracaso empresarial con 26,9% frente al promedio 15,62% de los países de América Latina (Lasio et al., 2020).

A nivel de la zona 3, una investigación ejecutada por (Bombón et al., 2020) argumenta que un gran porcentaje de emprendedores de las universidades; Universidad Técnica de Ambato y la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo de la zona 3 del Ecuador, están orientados a sectores como producción 48.4%, comercialización 16.4%, de servicio 33.33% y el 1.9% son mixtos. Luego de los estudios llegan a la conclusión que los emprendimientos fracasan por el factor psicológico y la falta de recursos económicos.

El Cantón Alausí tiene una población superior a 44 mil habitantes constituyendo el 9,6% de la población de Chimborazo, tiene un porcentaje de pobreza de 87,1%, el 75,8% de la población se dedica a actividades de agricultura y ganadería, únicamente el 4,8% trabaja en actividades de comercio, datos que reflejan que las actividades desarrolladas por la mayoría de la población no generan los ingresos necesarios para salir del umbral de pobreza, siendo un factor clave para emprender (J. Castillo et al., 2022).

Alausí en el año 2020 por la pandemia de COVID 2019 se vio afectado en el sector turístico por la limitación de visita de turistas teniendo como resultado el cierre de establecimientos de servicios turísticos debido a la falta de recursos (Á. Sánchez, 2023). Desde la paralización de la operación del tren en Alausí, los emprendimientos se vieron afectados drásticamente; uno de los golpes en la economía Alauseña fue el desastre natural suscitado el 26 de marzo de 2023 donde el panorama cambió para todos los sectores económicos llevando a emprendedores a disminuir sus ventas, en los peores casos cerrar sus emprendimientos y abandonar el Cantón (Castillo José et al., 2022), el transporte público también sufre pérdidas económicas por la tragedia ya que no pueden movilizarse fuera del Cantón por que el deslave arrasó con un tramo de la vía Panamericana, además las vías de segundo y tercer orden se encuentran en mal estado (B. Pérez, 2023).

La preocupante falta de éxito empresarial en el Cantón Alausí requiere atención urgente, los emprendedores locales enfrentan desafíos que frenan el crecimiento económico, la generación de empleos y el bienestar social. Es crucial identificar las raíces que generan este problema y desarrollar estrategias que permitan empoderar a los emprendedores, fomentando el desarrollo económico y el progreso en el Cantón.

1.2. Limitaciones y delimitaciones

1.2.1. Delimitación

El estudio de investigación propone un análisis de los factores de incidencia en el fracaso de los emprendimientos del Cantón Alausí, año 2023.

1.2.2. Delimitación del Contenido

- **Línea de investigación:** Administración, Ciencias Sociales y Servicios.
- **Programa:** Gestión de Calidad e Innovación Empresarial

1.2.3. Delimitación Espacial

- **Provincia:** Chimborazo
- **Cantón:** Alausí

1.2.4. Delimitación Temporal

- **Desarrollo de la investigación:** 2023
- **Alcance investigativo:** 2023

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Analizar los factores de incidencia en el fracaso de los emprendimientos del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo, año 2023 con el fin de implementar estrategias que permitan incrementar el tiempo de vida de los emprendimientos.

1.3.2. *Objetivos Específicos*

- Identificar la fundamentación teórica, estudios trascendentales que sustenten teóricamente el tema investigado, a través de una revisión bibliográfica de los principales autores en relación al emprendimiento su éxito y fracaso.
- Investigar las razones detrás del fracaso de los emprendimientos en el Cantón Alausí utilizando encuestas y entrevistas para recopilar datos cualitativos y cuantitativos sobre las experiencias y percepciones de los emprendedores.
- Aplicar un análisis PESTEL y FODA con el fin de generar estrategias que mitiguen el fracaso del emprendimiento y fortalecer el ecosistema emprendedor del Cantón Alausí asegurando la sostenibilidad a largo plazo.

1.3.3. *Formulación del Problema*

¿Cuáles son los factores que inciden en el fracaso del emprendimiento del Cantón Alausí y cómo influyen cada uno de ellos en la reducción de la tasa de fracasos en el ámbito emprendedor?

1.4. *Idea a defender*

Los factores que contribuyen al fracaso de los emprendimientos en el cantón Alausí son multifacéticos, abarcando desde condiciones económicas y el contexto político-social hasta las habilidades y competencia de los emprendedores. Aspectos cruciales como la planificación, la gestión eficiente de recursos y la implementación de estrategias efectivas juegan un rol fundamental. Una comprensión exhaustiva de estos factores es esencial para desarrollar estrategias firmes y orientadas al apoyo de los emprendedores, lo cual, a su vez, incrementará significativamente las probabilidades de éxito de los emprendedores.

1.5. *Justificación del problema*

1.5.1. *Justificación Teórica*

La investigación se desarrolla bajo el enfoque teórico, se ejecuta en base a la utilización del material existente, referente al fracaso del emprendimiento.

Al investigar estudios previos realizados sobre el fracaso de los emprendimientos se menciona a (Vesper, 1983) quien identifica 4 barreras para el emprendimiento, en las que enumera la falta de conocimiento sobre el mercado, el liderazgo, no poseer conocimientos técnicos y falta del capital

semilla. Siete años más tarde, (Stevenson & Jarillo, 1990) diferencia tres categorías de estudio que posee el emprendedor respondiendo a tres preguntas, dentro de las categorías se busca estudiar las acciones de los emprendedores y entender el motivo del fracaso.

La teoría de los rasgos de personalidad ha tenido gran influencia sobre los estudios del fracaso de emprendimientos desde que (McClelland, 1976) publicó su trabajo de investigación que se centra en identificar las características psicológicas de los emprendedores que llevan al éxito o fracaso de un emprendimiento.

El emprendedor es quien introduce desequilibrio dentro del mercado debido a su carácter innovador lo eleva a un nivel superior de los demás. La visión de (Kirzner, 1997) parte del desequilibrio del mercado menciona también que el emprendedor es quien trata y asume el riesgo de sus decisiones.

Para comprender por qué fracasan los emprendimientos, se requiere un marco teórico sólido que examine los factores que influyen en el fracaso, investigaciones y teorías como la publicada por (Rodríguez-Ulcuango et al., 2023) han identificado causas y desafíos que enfrentan los emprendedores en su búsqueda del éxito; factores como la actitud, capacidad de aprendizaje, comportamiento, crecimiento económico, educación empresarial, creación de valor, recursos de incubación, rasgos de personalidad y la intención emprendedora son cruciales para determinar la voluntad de un emprendedor para iniciar un negocio.

1.5.2. *Justificación Metodológica*

Bernal, (2010) y Blanco & Villalpando, (2012) indican que la justificación metodológica en una investigación es aquella donde se propone o desarrolla un nuevo método o estrategia el cual permita obtener un conocimiento válido, real y confiable en su totalidad.

La presente investigación cuenta con un enfoque cualitativa-cuantitativo, no experimental, con muestreo probabilístico, el cual se aplica de manera transversal con la finalidad de describir el fenómeno de estudio, permite comprender las causas y factores que contribuyen al fracaso emprendedor, mejorar políticas y estrategias para fomentar el éxito empresarial dentro de un periodo de tiempo determinado.

1.5.3. *Justificación Práctica*

Al momento de realizar un análisis de los factores de incidencia en el fracaso de emprendimientos del Cantón Alausí se toma en cuenta técnicas e instrumentos para la obtención de datos, realizar entrevistas y encuestas a emprendedores que hayan experimentado fracasos en sus emprendimientos proporcionará información valiosa sobre los desafíos y dificultades que enfrentaron.

Identificar las causas que ocasionaron el fracaso permite evitar los mismos errores en futuros emprendimientos, aporta como herramienta educativa eficaz para los emprendedores teniendo en cuenta que está en juego dinero, una carrera profesional, tiempo y economía familiar.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del arte

La investigación se enfoca en realizar un estudio sobre los factores que inciden en el fracaso del emprendimiento, es fundamental contar con una base sólida de referencias teóricas que respalden el fenómeno de estudio; se hará referencia a diversas teorías y enfoques destacados desarrollados por académicos y expertos en el campo, con el fin de enriquecer el marco teórico.

En primer lugar, Escalante & Fray, (2018) publicaron la investigación “Causas del fracaso de los emprendimientos en la Ciudad de Guayaquil”, enfocándose en “detallar las causas principales del fracaso de los emprendimientos de la ciudad de Guayaquil”, aportando tres factores determinantes para el fracaso de los emprendimientos como la falta de experiencia, financiamiento y falta de asesoramiento en el manejo administrativo del negocio.

Del mismo modo, Carrera, (2019) realizó un estudio denominado “Factores que influyen en el éxito o fracaso de los emprendimientos financiados por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Policía Nacional”, el objeto de estudio es “evaluar los factores que influyen en el éxito o fracaso de los emprendimientos financiados por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Policía Nacional”, determinando que el contar con mínimo conocimiento en finanzas es perjudicial por consecuencia se desconoce los conceptos básicos para elegir y usar una variedad de productos financieros.

En ese sentido, Villamar, (2020) presentó la investigación titulada “Factores que inciden en el fracaso de emprendimientos en la ciudad de Daule-Cabecera Cantonal”, el objetivo de la investigación es “analizar, identificar y comprender los elementos que influyen en el fracaso de los emprendimientos en Daule para proponer medidas que puedan prevenir el fracaso y fomentar la permanencia de los negocios en el Cantón”, llegando a la conclusión que los factores que inciden en el fracaso emprendedor son la falta de financiamiento y el poco éxito que tienen los negocios dentro del mercado, el no llevar una correcta administración de sus ingresos y gastos ya que estos factores hacen que los negocios no duren por más de tres años en el mercado; uno de los riesgos que mayormente corren los emprendimientos es el cambio de preferencia de los clientes debido a que algunos emprendimientos se dirigen a mercados saturados.

Por consiguiente, Rivera, (2021) concluye que los emprendimientos pueden fracasar debido a una combinación de factores personales, organizacionales, financieros, de mercado y de capital

humano, expuesto en su trabajo de investigación titulado “Factores que inciden en el fracaso de los emprendimientos en Morelia, Michoacán, México” que tenía como objetivo “determinar el grado de influencia de los factores personales, financieros, de mercado y el capital humano para el fracaso de los emprendimientos en Morelia Michoacán”.

De igual manera, Ibáñez, (2020) plantea que el nivel de riqueza del emprendedor es crucial por que determina si puede o no un emprendedor serial o de segunda oportunidad, debido a la dificultad de conseguir apoyo financiero externo deberá afrontar la pérdida del negocio anterior y la inversión del nuevo emprendimiento mediante fuentes alternativas o recursos propios.

En esa misma línea, la investigación realizada por (O. X. Torres, 2023) se caracteriza por ser de carácter cuantitativa de tipo no experimental y descriptivo, la población dentro de la investigación fue de 181 personas a través del muestreo aleatorio simple, utilizando la técnica de encuestas. El artículo titulado “Causas y consecuencias del cierre de los emprendimientos en la ciudad de Ibarra, Ecuador” expone resultados importantes la necesidad de generar ingresos e independencia son las principales razones para emprender, el COVID-19, competencia y ventas bajas son las principales razones para el cierre de los negocios.

Para finalizar Trías de Bes, (2007) en su libro “El libro negro del emprendedor” muestra cuales son factores claves que influyen en el fracaso del emprendimiento, haciendo una analogía al boxeo, si una persona logra mantenerse de pie, eso significa que está en condiciones de ser un verdadero emprendedor.

2.2. Referencias teóricas

2.2.1. *Emprendimiento*

Según, Gartner, (1990) para definir el emprendimiento es necesario considerar ocho temas principales los cuales son el emprendedor, innovación, organización, generación de valor, obtención de ganancias, crecimiento, singularidad y el propietario-gerente; es una de las definiciones más ampliamente aceptadas sobre el emprendimiento en el siglo XX.

Por otra parte, el emprendimiento implica el compromiso de una persona o grupo de personas para promover un proyecto, establecer una empresa o desarrollar una solución, a través de esta iniciativa se obtendrán beneficios económicos y brindar valor a los clientes con el objetivo de que el negocio o proyecto perdure, se expanda y tenga un crecimiento significativo (Cárdenas, 2023).

El emprendimiento es el proceso en el que una persona inicia y lleva a cabo un proyecto de negocio por cuenta propia, puede aplicarse a diversas actividades como proyectos personales, deportes o desafíos científicos generalmente es relacionadas con negocios (Calviño, 2020).

A partir de lo anteriormente mencionado, se puede concluir que el emprendimiento es un término ampliamente utilizado en todo el mundo como respuesta a los problemas económicos y sociales en constante crecimiento, se refiere a la capacidad de una persona para alcanzar metas u objetivos englobando todos aquellos proyectos relacionados con la transformación social y el compromiso técnico.

2.2.1.1. *Tipos de emprendimiento*



Ilustración 2-1: Tipos de emprendimientos

Fuente: (Pursell, 2023)

2.2.1.2. *Importancia del emprendimiento*

El emprendimiento tiene un impacto significativo en el desarrollo de cualquier país, lo cual se refleja en los beneficios que la sociedad obtiene de los emprendedores, no se trata de resolver problemas para los consumidores y satisfacer las necesidades del mercado, sino también, de reconocer su contribución en la generación de empleo, innovación de procesos y el crecimiento económico del país (Ávila, 2021).

El emprendimiento desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico al impulsar la creación de empleo y fomentar la innovación a nivel global. Los emprendedores, al introducir conceptos y negocios novedosos impulsan la competencia y elevan las expectativas de calidad dentro de los mercados (EBC, 2023).

El emprendimiento implica mucho más que iniciar un nuevo negocio, es la posibilidad de desarrollar habilidades creativas, proactivas e innovadoras en las personas y se desarrolla por pasión sin importar la elección de su profesión.

2.2.2. *Emprendedor*

Toca, (2010) define al emprendedor como aquel individuo que tiene la capacidad de identificar oportunidades a partir de ideas simples, innovar a través de este proceso y superar los desafíos del entorno para lograr el objetivo que impulsa su motivación inicial.

El emprendedor es una persona que identifica, evalúa y capitaliza oportunidades lucrativas, considerando los riesgos, siendo consciente de las oportunidades y reconociendo la importancia de la innovación (Roberts & Woods, 2005).

2.2.2.1. *Cualidades del emprendedor*

Para que los emprendedores triunfen en sus proyectos, deben comprender claramente sus responsabilidades. Para lograr eficazmente las aspiraciones empresariales, es fundamental poseer cualidades específicas que sean inherentes del emprendedor (Valdivieso, 2023).



Ilustración2-2: Perfil del emprendedor

Fuente: (Valdivieso, 2023)

2.2.2.2. *Diferencia entre el emprendedor y el individuo común*

El emprendedor se distingue del individuo común por su actitud, es una persona que tiene la capacidad de crear, llevar a cabo sus ideas, generar bienes y servicios, asumir riesgos y enfrentar problemas. Además de observar su entorno, el emprendedor sabe descubrir las oportunidades que están ocultas en él, tiene iniciativa propia, puede crear la estructura necesaria para emprender su proyecto, se comunica y establece redes de comunicación; también tiene la capacidad de convocar

a otros y, si es necesario, formar un equipo de trabajo y comenzar su tarea sin dudar ni dejarse vencer por el miedo. La diferencia entre el emprendedor y el individuo común radica en su actitud proactiva, su capacidad de identificar oportunidades y su disposición para asumir desafíos y superar obstáculos en la búsqueda de sus metas emprendedoras (Formichella, 2002).

Para convertir una universidad en una institución emprendedora, es fundamental tener en cuenta los elementos externos, así como sus propios recursos y capacidades. Esto requiere crear una estructura organizacional que impulse el espíritu emprendedor, ofrecer capacitación y apoyo para emprendedores y promover una cultura de emprendimiento dentro del campus universitario (Guerrero & Urbano, 2012).

2.2.2.3. Diferencia entre emprendedor y empresario

El emprendedor y el empresario no son lo mismo, a pesar de que muchos los utilizan como sinónimos. El emprendedor es alguien que utiliza su ingenio, audacia, entusiasmo, ilusión y la insatisfacción laboral como motor para generar un cambio a través de la innovación en ideas, productos o procesos. Esto no implica necesariamente que el emprendedor esté involucrado en la creación o dirección de empresas. Por otro lado, el empresario es aquel individuo que invierte su capital propio o ajeno en una empresa y la dirige con el objetivo de obtener un rendimiento económico (Castro et al., 2015).

	EMPRENDEDOR	EMPRESARIO
IDEAS DE NEGOCIO	Desarrolla ideas propias	Se adapta a cualquier idea de negocio
OBJETIVOS	Sacar a flote su proyecto y dejar huella	Desarrollar un negocio viable
DINERO	No le importa perder dinero para llevar a cabo su sueño	La gran preocupación es perder dinero
CLIENTES	Debe cumplir con ellos sin decepcionarlos	Son lo más importante del negocio
TIEMPO	No tiene horario	No le gusta perder el tiempo
TRABAJADORES	Es líder más que jefe	Es un jefe que valora la productividad
VISIÓN DEL MUNDO	Se comprometo con lo que hace y consigo mismo.	Ve el mundo como una oportunidad de ganar dinero
ÉXITO	Cumplir sus sueños	Satisfacer a clientes, empleados y socios

Ilustración 2-3: Diferencia entre emprendedor y empresario

Fuente: (Jraeconomistas, 2020)

2.2.3. Importancia del emprendimiento en la economía ecuatoriana

Cuanto más se fomente el emprendimiento en un país, más se estará impulsando el talento y la creatividad, lo cual permitirá un crecimiento del mercado y la economía; por lo tanto, es necesario promover, motivar e incentivar de manera correcta el emprendimiento. Según un estudio realizado por el GEM, el 82,7% de los ecuatorianos emprenden debido a la falta de empleo, el 52,7% lo hace para marcar una diferencia, un 36,5% busca acumular riqueza y el 35,7% lo hace para continuar una tradición familiar (Viteri, 2020).

El emprendimiento y el desarrollo local están estrechamente relacionados, ya que son elementos clave para el progreso económico y social de la comunidad, esto se debe a que a través de la transformación o modernización de productos y servicios se agrega un valor adicional, lo cual resulta una ventaja económica rentable. (Vargas et al., 2020).

El emprendimiento juega un papel crucial en la economía del país, al impulsar el emprendimiento se genera actividad económica y empleo, lo cual tiene un impacto positivo en la reducción del desempleo y la calidad de vida de la población.

2.2.4. Evolución del ecosistema de emprendimiento

Las evaluaciones del ecosistema ecuatoriano presentan distintos niveles de variación, con un patrón en el cual aquellos EFC que anteriormente fueron considerados favorables (por encima de la media) se mantuvieron como favorables en 2019, no obstante, se observa cambios importantes en 2019.

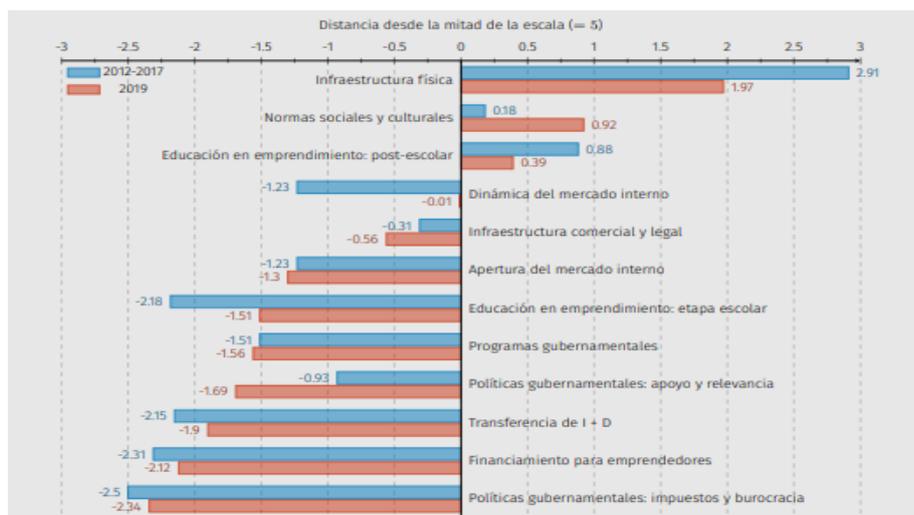


Ilustración 2-4: Evaluación de las condiciones marco para el emprendimiento en Ecuador, 2019

Fuente: (Lasio et al., 2020)

2.2.5. Actividad emprendedora

Venkataraman, (1997) define la actividad emprendedora como el proceso de descubrir, evaluar y aprovechar nuevas oportunidades relacionadas con la creación y oferta de bienes y servicios.

Por consiguiente, tres años más tarde (Shane & Ventakaraman, 2000) amplían esta definición afirmando que la actividad emprendedora se refiere a la identificación, evaluación y aprovechamiento de oportunidades para introducir nuevos productos o servicios, procesos de producción, materias primas, mercados y formas organizativas innovadoras a través de esfuerzos organizativos que no existían previamente. Este tipo de actividad puede ser llevado a cabo tanto por empresas existentes como por nuevas empresas creadas específicamente con este propósito.

2.2.5.1. Variables de desarrollo económico y actividades emprendedora e innovadora.

Los factores que impulsan el crecimiento y avance de una sociedad incluyen mejorar la calidad de vida en el Cantón Alausí, explorar nuevas oportunidades e ideas innovadoras; combinar estos factores incrementa las oportunidades de trabajo y permite que la economía sea más productiva.

Estas variables son clave para fomentar la creación de empleo, promover la competitividad y estimular la transformación y modernización de las economías. A través de la combinación de estas variables, se pueden generar impactos positivos en el bienestar de las personas y en el desarrollo sostenible de un país (Sáez et al., 2007).

Variables		Significado	
Desarrollo económico			
PIBC		Producto interior bruto a precios constantes	
PIBCPER		Producto interior bruto a precios constantes per cápita	
TE		Tasa de empleo	
TP		Tasa de paro	
Actividad innovadora		Actividad emprendedora	
IDPIB	Gasto en I+D como porcentaje del PIB	CT	Número total de centros de trabajo abiertos anualmente. $CT = NE + CTE$
IDPIBE	Gasto en I+D de las empresas como porcentaje del PIB	NE	Número anual de nuevas empresas de nuevas empresas creadas
IDPIBA	Gasto en I+D de la administración es como porcentaje del PIB	CTE	Número de centros de trabajo abiertos anualmente por las empresas ya existentes
IDPIBU	Gasto en I+D de las universidades como porcentaje del PIB	MECT	Media de empleados por centro de trabajo abierto
EIDPOB	Personal en I+D (en % de la población activa)	MANEA	Media anual de nuevas empresas por cada mil personas ocupadas
EIDPOBE	Personal en I+D en las empresas (en % de la población activa)	MACTA	Media anual de centros de trabajo abiertos en total por cada mil personas ocupadas
EIDPOBA	Personal en I+D en la administración (en % de la población activa)	MAECTA	Media anual de centros de trabajo abiertos por las empresas ya existentes por cada mil personas ocupadas
EIDPOBU	Investigadores en I+D en las universidades (en % de la población activa)		

Ilustración 2-5: Desarrollo económico y actividades emprendedora e innovadora

Fuente: (Sáez et al., 2007)

2.2.5.2. Fases del emprendimiento

La ejecución de un emprendimiento implica distintas fases por las que pasa un emprendedor, desde el inicio de la idea de negocio hasta su establecimiento. Es importante conocer que estas etapas pueden variar y ajustarse para adaptarse a diversas circunstancias y a la naturaleza del emprendimiento (Valdivieso, 2023).



Ilustración 2-6: Etapas de la actividad emprendedora
Fuente: (Valdivieso, 2023)

2.2.6. Emprendimiento basado en ciencia y tecnología

Los emprendimientos basados en ciencia y tecnología son negocios que se han establecido con el propósito de aprovechar comercialmente el conocimiento científico generado en instituciones académicas y otras organizaciones públicas. Estos emprendimientos son considerados como elementos clave en el proceso de revitalización de las industrias tecnológicas a nivel mundial (Colombo et al., 2010).

Bailetti, (2012) llega a la conclusión que los propietarios de estos emprendimientos son profesionales en ingeniería o ciencias, quienes identifican problemas o aplicaciones específicas para una tecnología en particular. Luego, lanzan nuevos negocios que introducen nuevas aplicaciones o aprovechan oportunidades basadas en conocimientos técnicos o científicos. Además, colaboran con otros para generar un cambio tecnológico.

2.2.7. Emprendimiento como campo de investigación

Las investigaciones en emprendimiento han incorporado teorías de diferentes disciplinas y las han adaptado para explicar diversos fenómenos relacionados con el emprendimiento. Esta característica permite un intercambio intelectual con otras áreas de la gestión, pero al mismo tiempo dificulta el desarrollo de una teoría del emprendimiento sólido y la legitimidad de esta (Shane & Ventakaraman, 2000).

Desde que existen los mercados, siempre ha habido emprendedores: personas que se dedican a abrir, gestionar y, en ocasiones, cerrar sus propios negocios. En los últimos cien años, ha habido un crecimiento significativo en el conocimiento relacionado con la creación y la gestión de empresas, con un enfoque particular en la administración y la estrategia de grandes corporaciones. Sin embargo, solo en tiempos recientes los emprendimientos en sí mismos se han convertido en un campo de estudio completamente desarrollado, con revistas especializadas, programas de posgrado, centros de investigación y cursos universitarios específicos (Viana, 2022).

Hofer & Bygrave, (1992) plantean que, en el ámbito de la investigación en emprendimiento, sería beneficioso emplear de manera más amplias técnicas de análisis cualitativo.

Las investigaciones en emprendimiento han profundizado la comprensión de las dificultades y oportunidades que enfrentan los emprendedores, en la actualidad existen recursos y herramientas accesibles para quienes desean iniciar un negocio. Además, se han llevado a cabo estudios sobre temas como financiamiento, planificación y fomento de la innovación (Viana, 2022).

2.2.8. *Emprendimiento y educación*

Rasheed, (2000) menciona que la educación en emprendimiento puede influir en los atributos individuales y fomentar actitudes emprendedoras en las personas, puede promover cualidades psicológicas positivas para la actividad emprendedora, como la confianza en uno mismo, la autoestima, la eficacia personal y la necesidad de logro. Además, la educación en emprendimiento para los jóvenes puede ayudar a prevenir actitudes socialmente indeseables, como la ociosidad o la delincuencia.

Stevenson, (2000) sugiere que contar con un entorno propicio para emprender fomenta la identificación y aprovechamiento de las oportunidades, estas condiciones permiten que las personas reconozcan y desarrollen sus cualidades emprendedoras. Un entorno favorable resulta fundamental para la creación de oportunidades para nuevas empresas exitosas.

2.2.8.1. *Emprendimiento, educación, desempleo y desarrollo local*

Existe una relación positiva entre los conceptos de emprendimiento, educación, desempleo y desarrollo local. Además, se destaca que el Estado juega un papel crucial en fortalecer esta conexión, especialmente como proveedor de la educación en emprendimiento (Formichella, 2002).

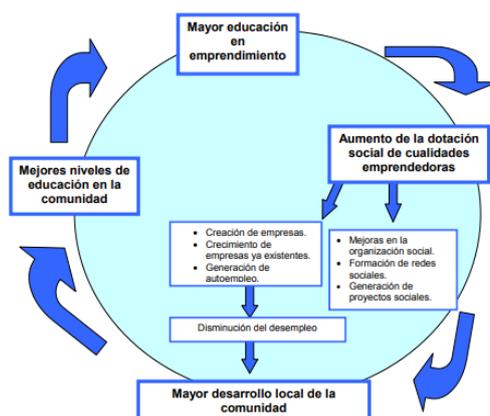


Ilustración2-7: Emprendimiento, educación, desempleo y desarrollo local
Fuente: (Formichella, 2002)

2.2.9. *La academia y el emprendimiento*

En países donde la cultura emprendedora está menos desarrollada las universidades presentan bajos niveles de emprendimiento, lo que obstaculiza el crecimiento económico y social. Esto se debe a factores como recursos limitados y apoyo insuficiente para las empresas emergentes (M. Castillo, 2023).

Navarro et al., (2022) menciona que, este tipo de actividades son fundamentales para el futuro de la Educación Superior en América Latina, así como para el desarrollo económico y social de ciudades y regiones. Además, los estudiantes, conscientes de estos cambios, exigen una formación distinta a la que los impulsaba a buscar empleo en el Estado o en empresas grandes; buscan una nueva formación que les permita desarrollar sus propias ideas y contribuir a los negocios o abordar los desafíos de la sociedad de manera original y de alto impacto.

2.2.9.1. *Factores que promueven el emprendimiento*

La educación emprendedora puede ser impulsada a través de los siguientes mecanismos expuestos por (M. Castillo, 2023).

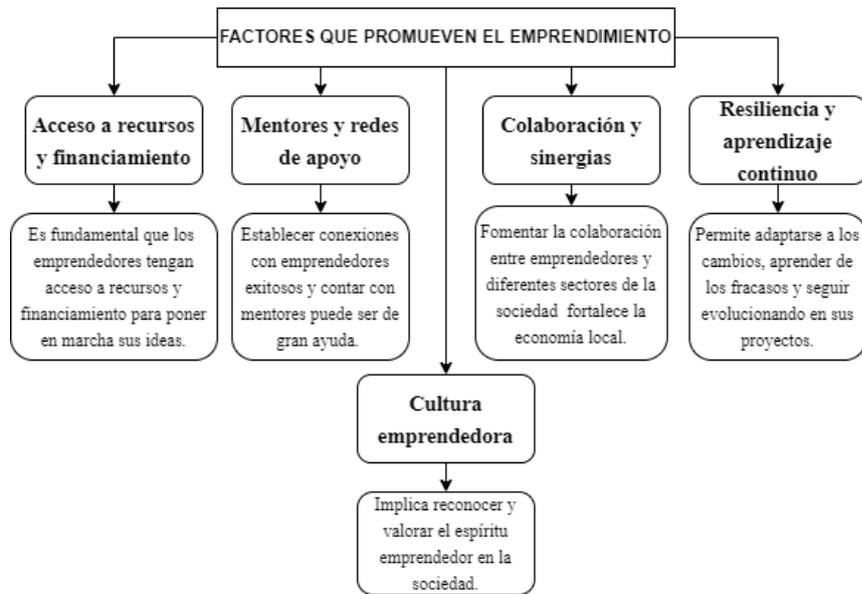


Ilustración 2-8: Factores que promueven el emprendimiento
 Fuente: (M. Castillo, 2023).

2.2.9.2. *¿Cómo lograr los objetivos?*

Para Castillo, (2023) en las aulas se pueden llevar a cabo actividades que contribuyan a alcanzar los objetivos mencionados anteriormente:

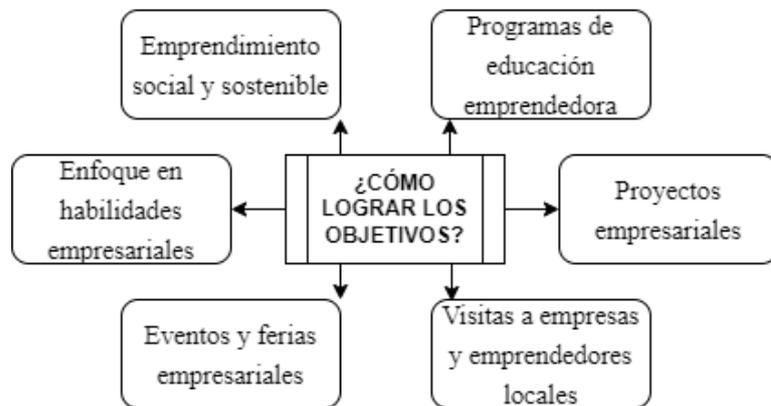


Ilustración 2-9: ¿Cómo lograr los objetivos?
 Fuente: Castillo, (2023)

2.2.10. *Éxito del emprendimiento*

Se describe el éxito como la sensación de gratificación que se experimenta al finalizar una carrera en el ámbito empresarial. El éxito va más allá de los aspectos financieros y tiene una dimensión que es significativa para muchas personas (InBest, 2022).

Leyva et al., (2016) menciona que, la mayoría de los emprendimientos femeninos experimentan un crecimiento lento debido a la falta de orientación en el crecimiento de sus negocios. Además, suelen obtener menos beneficios al centrarse en sectores como servicios y ventas al por menor. En comparación, los hombres tienen más éxito al obtener oportunidades de financiamiento para sus productos o servicios.

Un determinante para el éxito del emprendimiento es el nivel de educación, en la sociedad que emprende por oportunidad, predominan las personas que tienen educación secundaria, ya que tienen la capacidad de detectar oportunidades y adentrarse en el emprendimiento. Por otro lado, en los emprendimientos por necesidad, predominan las personas con educación primaria, ya que estos emprendedores no cuentan con los recursos necesarios para continuar su educación adecuadamente y, por lo tanto, no están preparados adecuadamente para emprender (Villamar et al., 2020).

2.2.10.1. Factores que influyen en el éxito del emprendimiento

Galiana, (2023) plantea 6 factores para alcanzar el éxito:

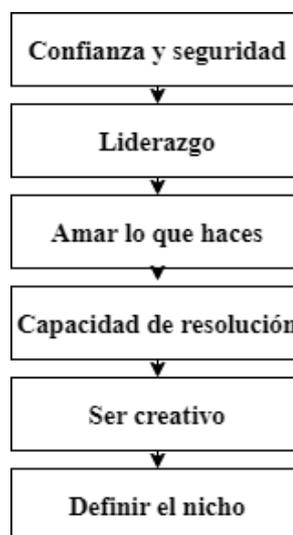


Ilustración 2-10: Factores que influyen en el éxito del emprendimiento
Fuente: Galiana, (2023)

2.2.10.2. Claves para el éxito

Yáñez, (2017) plantea 5 claves para tener un emprendimiento exitoso, cada emprendedor puede tener su propia combinación de factores que le llevarán al éxito.



Ilustración 2-11: Claves para el éxito del emprendimiento
 Fuente: (Yáñez, 2017)

2.2.11. *Fracaso del emprendimiento*

En la actualidad entendemos el fracaso como la falta de éxito en el logro de un objetivo o tarea. En el ámbito empresarial, el fracaso puede manifestarse de diversas formas, como la pérdida de ventas importantes, la falta de aprovechamiento de oportunidades de negocios rentables y la implementación de estrategias de marketing poco efectivas (RedNew, 2019).

La principal causa por la cual los emprendedores fracasaron fue la pandemia de COVID-19; para tener éxito es importante que los emprendedores desarrollen un plan de negocios que les permita conocer mejor su competencia, mercado y estimar el valor real de la inversión, además, la falta de conocimiento técnico sobre el mercado también es un factor que impiden que los emprendedores logren sus metas (Gallegos et al., 2022).

La mayoría de los países en desarrollo tienen emprendimientos precarios, conocidos como emprendimientos por necesidad. Estos emprendimientos surgen como una forma de subsistencia, ya que las personas emprenden porque no tienen otra alternativa para obtener ingresos. En este tipo de emprendimientos, no se estudia el mercado ni la competencia, sino que se basan en lo que el emprendedor puede ofrecer. Por lo tanto, estos emprendimientos no se incorporan en un plan de vida y generalmente carecen de una visión clara de lo que se pretende lograr, lo que aumenta las probabilidades de fracaso (Villamar et al., 2020).

América Latina posee un elevado número de emprendedores en comparación al resto del mundo, pero el mayor número de emprendedores no es como se presume, pertenecen al sector informal por lo tanto con la misma rapidez que nacen, fracasan por escasas de productividad e innovación. (Lederman et al., 2014)

“Según cifras del Global Entrepreneurship Monitor, Ecuador lidera en Latinoamérica en emprendimiento. De hecho 1 de cada 3 ecuatorianos, han emprendido, pero sólo el 10% de los emprendimientos se mantiene más de 3 años” (Ordoñez, 2020).

2.2.11.1. *Causas del fracaso*

El fracaso en el mundo emprendedor puede atribuirse a factores tanto externos como internos, entre los factores externos que pueden provocar el fracaso se encuentra el impacto de eventos como la pandemia, crisis económicas a nivel global o cambios en las regulaciones de manera inesperada. Por otro lado, los factores internos, como una gestión financiera deficiente, ausencia de planificación estratégica y un estudio de mercado insuficiente pueden contribuir significativamente al fracaso de los emprendimientos (Alfaro, 2021).

Las causas primordiales del fracaso empresarial residen en aspectos internos y externos, donde el emprendedor ejerce influencia directa, estas causas abarcan desde problemas relacionados con el producto y el mercado hasta dificultades en la gestión empresarial, pasando por desafíos en el talento humano y en el ámbito financiero, así como la influencia del gobierno y el entorno en donde se desempeña la empresa (Gulst & Maritz, 2011).

Los emprendimientos constantemente enfrentan desafíos como la falta de innovación, evolución en las preferencias de los consumidores, cambios demográficos. Sin embargo, uno de los principales factores que desencadenó el cierre de negocios fue la pandemia debido a las ventas bajas, ubicación desfavorable y escasez de recursos financieros para mantener la operación; esta situación ha dejado consecuencias negativas como pérdida de empleo y acumulación de deuda (Torres Merlo, 2023).

Para evitar fracasar en un emprendimiento, es esencial elaborar un plan estratégico sólido; este plan debe contar con un análisis de mercado para identificar las necesidades de los clientes y una evaluación objetiva de la competencia. Además, es primordial ser realista sobre las habilidades del equipo de trabajo y la viabilidad de los productos o servicios que se ofrecen (Negoyempre, 2020).

2.2.11.2. *¿Cómo lidiar con el fracaso?*

Lidiar con el fracaso puede ser un desafío (Noriega, 2020) propone estrategias, pero cada persona tiene su propia forma de lidiar con el fracaso, por lo que es importante encontrar las estrategias que funcionen mejor.

01	EMOCIONES Entender y comprender las emociones presentes en un emprendedor
02	ACOMPANAMIENTO Contar con la ayuda de un experto para mejorar el desarrollo personal y profesional
03	REDES DE APOYO Contar con un equipo de apoyo para mejorar el ecosistema emprendedor

Ilustración 2-12: ¿Cómo lidiar con el fracaso?
Fuente: (Noriega, 2020)

2.2.12. Estrategia

La estrategia es un proceso emprendido para influir en el futuro, es decir, para lograr cambios positivos en los objetivos; este recorrido analiza el uso de estrategias para lograr lo que se desea, es decir, las metas y propuestas de un plan (T. Hernández, 2014).

Según Caneda, (2010), la estrategia tiene como objetivo actuar en el futuro y establecer un fin hacia el cual dirigir el rumbo de una empresa, dentro de un plazo estimado como aceptable.

Chandler, (2003) define la estrategia como el factor que establece objetivos principales de una organización a largo plazo, además decide las medidas a seguir y la distribución de los recursos requeridos para cumplir los objetivos planteados.

Chiavenato, (2003) menciona que, las estrategias se refieren a las diversas opciones administrativas existentes y se constituyen como el medio para lograr un objetivo deseado. Son acciones definidas para consolidar el logro de los resultados propuestos.

2.2.12.1. Origen de la estrategia

La estrategia es un concepto que ha existido en todas las culturas y períodos de la historia, proviene de la antigua palabra griega "strategos", que significa "general". En este sentido, la estrategia se refería al arte del liderazgo militar y la dirección de los esfuerzos bélicos; un estratega decidió qué formaciones desplegar, en qué terreno combatir y qué maniobras utilizar para lograr la victoria. Aunque la palabra "estrategia" es de origen griego, el concepto ha sido utilizado en todas las culturas para planificar y ejecutar acciones con el fin de alcanzar objetivos específicos (T. Hernández, 2014).

2.2.12.2. *Importancia de la estrategia*

La importancia de la Dirección Estratégica radica en su relación con los resultados empresariales, lo que significa que se enfoca en aprovechar todas las fortalezas de la organización para coordinar adecuadamente las acciones y obtener los resultados esperados.

Esto implica identificar los recursos de la organización y adquirir aquellos que se consideran necesarios para posicionar a la empresa en el mercado exterior, con el objetivo principal de aumentar su competitividad (Universidad Latina de Costa Rica, 2020).

2.2.12.3. *Éxito de la estrategia*

En el campo de la Dirección Estratégica (Grant, 2004) consideran algunas condiciones clave para lograr el éxito de la estrategia:

- **Objetivos simples, coherentes ya largo plazo:** Los objetivos establecidos deben tener estas características, entendiendo la coherencia como las posibilidades reales de la empresa para alcanzarlos. El hecho de que sean a largo plazo está relacionado con la dificultad de retroceder en las decisiones estratégicas tomadas.
- **Comprender el medio competitivo:** Es crucial para la empresa comprender a fondo las dinámicas del entorno en el que opera, ya que esto le ayuda a tener ventajas competitivas de manera oportuna y efectiva.
- **Análisis imparcial de los recursos:** Aquella entidad que aplica los conceptos debe ser capaz de evaluarse a sí misma de manera crítica, al identificar sus fortalezas y debilidades podrá trabajar en potenciar sus puntos fuertes y mitigar las áreas de mejora.
- **Implementación efectiva:** Una vez que hemos formulado la estrategia con los conceptos anteriores, es hora de implementarla con éxito para competir en un entorno tan dinámico como el habitual.

2.2.12.4. *Gestión estratégica*

La gestión estratégica es un conjunto de métodos que las empresas utilizan para planificar e implementar decisiones estratégicas, su objetivo es optimizar los recursos y lograr beneficios a largo plazo que les brinden una ventaja competitiva, implica crear un plan que ayude a las empresas a operar de manera eficiente, estructurar sus procesos y alcanzar sus metas. Para ello, se debe contar con personal que puedan evaluar, definir y poner en práctica estrategias con precisión (Prieto, 2023).

2.2.12.5. Estrategias de venta

Las estrategias de ventas involucran tácticas y recursos para alcanzar objetivos específicos, estas estrategias se basan en identificar posibles clientes, establecer conexiones sólidas con ellos, aprovechar herramientas de marketing y técnicas de persuasión. El propósito es impulsar las ventas y conseguir la lealtad del cliente personalizando su experiencia para asegurar compras futuras (DocuSing, 2023).

- Elementos de una estrategia de venta

Para Orozco, (2023) una estrategia de ventas se conforma por:

1. **Planteamiento:** Definir las justificaciones para la implementación de una estrategia.
2. **Objetivos:** Representan las metas de ventas que se aspiran lograr en un periodo de tiempo específico.
3. **Determinación:** Hace referencia a la definición detallada de las directrices a seguir para alcanzar los objetivos de ventas.
4. **Evaluación:** Implica analizar tanto las fortalezas como las debilidades de la competencia, así como el perfil del mercado objetivo.

- Factores clave para el éxito en las estrategias de venta

Según Madurga, (2022) para lograr el éxito con cualquier estrategia de ventas, es fundamental tener en consideración cuatro elementos clave que se detallan a continuación:

1. Análisis, Corrección y Adaptación
 - Es crucial analizar el retorno de inversión (ROI) de cada acción para:
 - Descartar aquellas que no generen una rentabilidad óptima.
 - Mejorar aquellas que puedan ser beneficiosas, identificando qué aspectos han fallado y cómo se puede optimizar el embudo de ventas.
2. Optimización de los Gastos
 - Cada gasto debe ser evaluado estratégicamente para acercarse más a clientes potenciales:
 - Benchmarking: aprender de los líderes del sector para acercarse a la excelencia.
 - Prueba y error: experimenta con nuevas estrategias para identificar las más rentables.

3. Aumento de la Productividad

- Incluso después de corregir y optimizar gastos, siempre se puede mejorar la productividad:
- Implementar tecnología avanzada para agilizar procesos y reducir costos a largo plazo.
- Fomentar el marketing interno para potenciar la productividad de los empleados, quienes son el activo más valioso de la empresa.

4. Establecimiento de Objetivos

Definir adecuadamente los objetivos en la empresa es esencial para la estrategia de ventas, ya que:

- Sirven como guía para la ejecución de acciones.
- Motivan al personal a esforzarse por alcanzar las metas establecidas.
- Facilitar la evaluación de las acciones realizadas y justificar las decisiones empresariales.

2.2.12.6. *Estrategias financieras*

Una sólida estrategia financiera es vital para alinear las finanzas de la empresa con los objetivos generales incluyendo su filosofía, misión y visión. Cuenta con aspectos clave como inversión, capital, gestión de riesgos, rentabilidad y el crecimiento sostenible; al alinear la estrategia financiera con los objetivos las empresas pueden mejorar su competitividad y asegurar un crecimiento en el mercado (Gaytan, 2021).

Para Obando, (2023) una estrategia financiera es una herramienta de gestión empresarial que ayuda a las empresas a manejar su dinero de manera inteligente, permite utilizar los recursos actuales de manera eficiente y prepararse para el futuro.

- Características de una estrategia financiera

(Obando, 2023) menciona que, para asegurar la estabilidad financiera de una empresa, es esencial que su estrategia financiera incluya los siguientes elementos:

1. Establecimiento de objetivos
2. Elaboración de un presupuesto
3. Revisión de procedimientos actuales
4. Evaluación de riesgos financieros

2.2.13. Planificación

La planificación es una etapa esencial dentro de la gestión empresarial, ya que implica fijar objetivos y la elaboración de estrategias para dirigir y coordinar las actividades de manera efectiva, una planificación bien estructurada garantiza que el personal de la empresa tenga conocimiento sobre las actividades que deben cumplir, teniendo en cuenta la jerarquía y las acciones a llevar a cabo de manera competitiva (Piñan, 2022).

2.2.13.1. Planificación estratégica

Es una herramienta de gestión fundamental que ayuda a establecer las acciones y el rumbo que las organizaciones deben tomar para alcanzar las metas establecidas, teniendo en cuenta los cambios y exigencias que enfrentan en su entorno. Se convierte en un elemento vital para guiar la toma de decisiones en cualquier tipo de organización (Roncancio, 2022)

2.2.13.2. Planificación operativa

Es un instrumento de gestión que facilita la integración de los recursos de la empresa, incluyendo el talento humano, recursos financieros y activos físicos con la finalidad de alcanzar metas y objetivos estratégicos y tácticos (Bejarán, 2020)

2.2.13.3. Planificación táctica

Implica la creación de estrategias detalladas y la implementación de medidas a corto plazo, este enfoque táctico permite a la organización adaptarse ágilmente a los cambios del entorno y mantenerse en el camino hacia el éxito (Moya, 2023)

2.2.14. Análisis FODA

2.2.14.1. Historia del análisis FODA

Este enfoque fue creado por M. Doshier, O. Benepe, A. Humphrey, Birger Lie y R. Stewart en el Instituto de Investigaciones de Stanford, en Estados Unidos, durante las décadas de 1960 y 1970, inicialmente, su propósito era investigar las razones detrás de los fallos en la gestión empresarial; con el paso del tiempo, su utilidad se ha expandido más allá del ámbito gerencial, siendo aplicada en diversas áreas y en ocasiones, incluso en contextos personales como herramienta de autoconocimiento (Pursell, 2023).

2.2.14.2. *¿Qué es el análisis FODA?*

El análisis FODA es una herramienta indispensable para comprender el estado de una organización al identificar sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades; este método ayuda a tomar decisiones basadas en información. Al examinar las fortalezas y debilidades internas el análisis FODA identifica las áreas donde la organización se destaca y las que requiere atención, lo que permite enfocar los esfuerzos y superar los desafíos (Pursell, 2023).

El análisis FODA es un recurso fundamental empleado por las empresas para respaldar y guiar las decisiones estratégicas identificadas, el FODA se utiliza como un método esencial en el proceso de toma de decisiones, presentando información valiosa y estrategias para las organizaciones (Arrieta et al., 2021).

2.2.14.3. *Características del análisis FODA*

Para Pursell, (2023) existen tres características útiles para el análisis FODA:

1. Subjetividad

El análisis FODA no se basa en datos financieros, cálculos precisos o fórmulas matemáticas, sino en la interpretación subjetiva de las personas que identifican los elementos clave para el futuro de la organización.

2. Iniciativa

Una matriz FODA no proporciona soluciones definitivas, sino que ofrece información para la formulación de estrategias; estas estrategias deben ser recopiladas, evaluadas y priorizadas para su implementación, considerando criterios de decisión adicionales.

3. Temporalidad

El análisis FODA se enfoca en un momento específico de la organización o de un proyecto en particular, la empresa como el mercado son entidades dinámicas que evolucionan constantemente debido a factores como la tecnología, la demanda del cliente y las condiciones sociales, es crucial realizar este análisis de manera regular para mantenerse actualizado.

2.2.14.4. Estructura de un análisis FODA

- Análisis interno

La evaluación interna reconoce las fortalezas y debilidades de una empresa observando su estructura, operaciones, liderazgo y finanzas. Las fortalezas son aspectos positivos que la diferencian de la competencia, mientras que las debilidades son áreas que necesitan mejorar y pueden impedir el cumplimiento de objetivos (Pursell, 2023).

- Análisis externo

Un análisis externo implica examinar factores fuera del control inmediato de la organización que pueden afectar sus actividades. Estos factores pueden ser oportunidades favorables o amenazas retadoras, dependiendo de cómo interactúen las operaciones del emprendimiento (Arrieta et al., 2021).

2.2.14.5. Elementos del análisis FODA

Pursell, (2023) menciona que para detectar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas es necesario saber que implica cada una:

- Fortalezas

Son atributos internos que distinguen a una empresa y le brindan ventajas competitivas, pueden incluir una fuerza laboral capacitada, tecnología, base sólida de clientes, entre otras.

- Oportunidades

Las oportunidades son circunstancias externas favorables que las empresas pueden aprovechar para mejorar su crecimiento.

- Debilidades

Son factores internos que limitan el rendimiento y la competitividad, como problemas de gestión, falta de recursos, procesos ineficientes y falta de presencia significativa en el mercado.

- Amenazas

Son factores externos que presentan obstáculos o peligros para una organización, identificar y abordar las amenazas es crucial para la supervivencia y el éxito a largo plazo de la organización.

2.2.15. Análisis PESTEL

2.2.15.1. ¿Qué es el análisis PESTEL?

Es una herramienta indispensable en la planificación estratégica, permite identificar de manera detallada y sistemática el contexto en el que se desarrollará un futuro proyecto, ofreciendo una comprensión más profunda y definida de los factores internos y externos que pueden afectar su normal desarrollo y consecución de metas (M. Torres, 2019).

2.2.15.2. Importancia

PESTEL es una herramienta valiosa que ayuda a los emprendimientos a identificar y analizar seis factores externos como son políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que pueden influir en sus operaciones presentes y futuras. Mediante el análisis de estos factores, las organizaciones pueden obtener información vital para desarrollar estrategias, lanzar nuevos productos y tomar decisiones para alcanzar el éxito (Amador, 2022).

2.2.15.3. Factores del análisis PESTEL

Para Ruiz, (2020) es crucial determinar cuáles son los factores que se evalúan en el análisis PESTEL y menciona los siguientes:

- Factores políticos

Abarcan las políticas gubernamentales a nivel local, regional, nacional e internacional que impactan directamente en una empresa o emprendimiento económico; estos factores reflejan aspectos macroeconómicos del país donde opera el negocio, así como las regulaciones que pueden influir en su operación.

- Factores socio-culturales

Por otro lado, los factores socioculturales engloban aspectos como la cultura, la educación, la religión, las creencias y los hábitos de consumo que pueden tanto agregar valor a la empresa como afectarla.

- Factores tecnológicos

Los avances tecnológicos desempeñan un papel crucial en las empresas, la rápida evolución tecnológica puede dejar obsoletos los negocios, proyectos y emprendimientos que no se adaptan a los nuevos cambios.

- Factores ecológicos

Los factores ecológicos están relacionados con la conservación del medio ambiente y es crucial considerar la legislación ambiental que puede influir directa o indirectamente en el desarrollo de planes y estrategias de la empresa. Por último, los factores legales se refieren a aquellos aspectos vinculados con la legislación del país donde opera la empresa, los cuales deben ser tenidos en cuenta para garantizar el cumplimiento normativo en todas las operaciones.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque de la investigación

3.1.1. *Enfoque cualitativo*

La investigación cualitativa tiene como objetivo comprender la esencia de fenómenos que no pueden ser medidos o formulados en hipótesis, permitiendo así una aproximación más precisa a una variedad de fenómenos de estudio mediante la aplicación de métodos y técnicas propias del enfoque (F. Sánchez, 2019).

Este enfoque también llamado no tradicional fue útil al momento de sacar las conclusiones pertinentes del documento, tuvo participación al interpretar los resultados que se obtuvieron durante la investigación, las acciones antes mencionadas fueron descritas en el marco teórico, a su vez se utilizó un enfoque cualitativo en la investigación debido a que se exploró en profundidad las experiencias, percepciones y motivaciones de los emprendedores, a través de técnicas como entrevistas obteniendo datos sobre los factores que contribuyen en el fracaso de los emprendimientos del Cantón Alausí.

3.1.2. *Enfoque cuantitativo*

La metodología cuantitativa emplea la recopilación y análisis de datos para responder preguntas de investigación y verificar hipótesis previamente establecidas, basándose en la medición numérica, el conteo y uso de estadística (Angulo, 2011).

La investigación cuenta con un enfoque cuantitativo este análisis se centró en la identificación de patrones de datos, tendencias y vínculos con el fin de respaldar decisiones fundamentadas, además se recopiló y analizó datos numéricos a través de encuestas, obteniendo valores cuantificables sobre los factores del fracaso emprendedor, lo que permite realizar análisis estadísticos de una población determinada.

3.1.3. *Enfoque mixto*

El enfoque mixto para (Ridenour & Newman, 2008) los métodos mixtos son más conscientes con la estructura mental y el comportamiento.

La investigación presenta un enfoque mixto debido a que se realizó una recolección de información mediante datos cuantitativos como encuesta y análisis de datos estadísticos por otro lado de tipo cualitativo empleando entrevista, un enfoque mixto permitió tener una visión holística del fracaso del emprendimiento en Alausí, al combinar datos cuantitativos que brindan información sobre la frecuencia y magnitud del fracaso emprendedor, con datos cualitativos que permiten comprender las causas y factores que contribuyen al fracaso del emprendimiento.

3.2. Alcance de la investigación

3.2.1. *Exploratorio*

La investigación exploratoria se lleva a cabo sobre un tema u objeto desconocido o con poco estudio, es por ello que sus resultados proporcionan una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos (Fidias G. Arias, 2012).

Se aplicó un alcance exploratorio ya que permite descubrir diversos factores que podrían influir en un resultado negativo; en el Cantón Alausí existen pocos estudios relacionados con el tema del fracaso empresarial, este análisis servirá para incrementar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, además al utilizar métodos cualitativos como entrevistas se obtuvo experiencias y percepciones de emprendedores lo que ayudó a identificar diferentes perspectivas para profundizar en investigaciones futuras.

3.2.2. *Descriptivo*

La investigación de tipo descriptivo es aquella que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de fenómenos, los cuales se harán sobre conclusiones dominantes y realidades de hecho se caracteriza por presentar una interpretación correcta (Tamayo & Tamayo, 2003).

La investigación cuenta con un enfoque descriptivo mediante la recopilación y análisis de datos cuantitativos como encuestas, se obtuvo cifras estadísticas que describen la frecuencia, magnitud y porcentaje de los factores que contribuyen al fracaso del emprendimiento en el Cantón Alausí.

3.3. Diseño de la investigación

3.3.1. *No experimental*

La investigación no experimental se refiere a estudios en los que no se realiza una manipulación de variables y en los que los fenómenos son simplemente observados en su entorno natural para luego analizarlos (Hernández et al., 2010).

Debido a que en este tipo de investigación no es posible manipular directamente las variables o establecer relaciones causales controladas, se utilizó un diseño no experimental. Este diseño permitió recopilar y examinar datos de fuentes existentes o investigaciones previas, de igual manera utilizar técnicas como entrevistas y encuestas para comprender las perspectivas de los emprendedores involucrados.

3.4. Tipo de estudio

3.4.1. *Transversal*

El estudio transversal proporcionará estimaciones que prevalecen en diferentes grupos demográficos (V. Sánchez, 2019).

Se ejecutó un estudio transversal el que permitió identificar los factores que contribuyen al fracaso del emprendimiento, al utilizar técnicas para reconocer la población aumentó la validez de los resultados; el estudio transversal permitió detectar la presencia de factores claves en el fracaso del emprendimiento en un momento dado en este caso el año 2023.

3.5. Métodos de investigación

3.5.1. *Método deductivo*

El método deductivo permite pasar de hechos generales a particulares (Bernal, 2006).

El método de investigación que se utilizó es el deductivo, mediante la teoría y observación permitió llegar a una conclusión específica sobre el emprendimiento y así determinar cuáles son los factores de incidencia en el fracaso, además se manejó teorías existentes sobre economía y psicología empresarial para formular una hipótesis y se recopiló información para probar la misma.

3.5.2. Método inductivo

Para Bernal, (2006) el método inductivo consiste en estudiar hechos particulares con el fin de tener conclusiones con fundamentos.

El método inductivo se usó en la investigación debido a su capacidad para generar nuevas características a partir de la observación y el análisis, este método permitió explorar y comprender la realidad de los factores que provocan el fracaso de los emprendimientos en el Cantón Alausí de manera flexible sin partir de suposiciones.

3.6. Técnicas de investigación

3.6.1. Encuesta

Una encuesta es un conjunto de preguntas diseñadas para recopilar datos con el fin de llevar a cabo una investigación, a su vez se utiliza como una herramienta efectiva al momento de realizar una observación científica, esta técnica estandariza el proceso de observación y permite identificar y analizar problemas de interés (Pardinas, 1991).

La encuesta consta de 18 preguntas donde se plantea datos generales y la problemática o factores los cuales influyen en el éxito o fracaso de los emprendimientos en el Cantón Alausí, el instrumento estuvo dirigido a 104 emprendimientos situados en Alausí que están inscritos en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí y en el Gobierno Provincial de Chimborazo.

3.6.2. Entrevista

Para Peláez et al., (2013) la entrevista es una interacción de comunicación considerable entre dos individuos, donde el entrevistador obtiene información directamente del entrevistado.

La entrevista fue realizada al Analista de Gestión Empresarial, Emprendimientos y Comercialización del Gobierno Provincial, Jefe de la Unidad de Desarrollo Productivo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí y a docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo que participan en proyectos relacionados con emprendimiento en la provincia de Chimborazo.

3.7. Instrumentos de investigación

3.7.1. Cuestionario

El cuestionario es una herramienta utilizada para recolectar de manera estructurada la información necesaria para analizar las variables relevantes en un estudio (Casas et al., 2003).

El cuestionario que se visualiza en el anexo A permitió obtener información directa de los emprendedores del Cantón Alausí sobre sus experiencias, percepciones y opiniones relacionadas con el fracaso. A través de 18 preguntas específicas que contienen respuestas predefinidas lo que facilitó el análisis y comparación de resultados.

3.7.2. Guía de entrevista

Es una herramienta que facilita la reflexión y la organización de los posibles temas a tratar en una entrevista (Casas et al., 2003).

La guía de entrevista que se visualiza en el anexo B permitió realizar preguntas abiertas y flexibles para que los participantes compartan sus experiencias, desafíos y percepciones de manera detallada a través de la interacción directa con los emprendedores. Consta de 9 preguntas elaboradas con el propósito de obtener información relevante, precisa y de comprensión profunda como punto de partida esencial para analizar los factores que contribuyen al fracaso emprendedor en el Cantón Alausí.

3.8. Población y muestra

3.8.1. Población

Para (Arias, 2012) la población es un conjunto ya sea finito o infinito de elementos que poseen características comunes donde se genera conclusiones.

Para el desarrollo del trabajo investigativo la población de estudio estuvo representada por 104 emprendimientos ubicados en Alausí que se encuentran inscritos en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí y el Gobierno Provincial de Chimborazo.

3.8.2. Muestra

Para Tamayo & Tamayo, (2003) es el proceso que se lleva a cabo para analizar cómo se distribuyen ciertos rasgos de una población, como punto de partida la observación de una muestra representativa conocida como muestreo de la población.

Al ser una población finita no se requiere una muestra debido a que se puede acceder y recopilar información de todos los elementos de la población, para el desarrollo de este trabajo de investigación se trabajó con la totalidad de la población.

3.9. Validación de los instrumentos de investigación

3.9.1. Método Delphi

Enfoque para organizar un proceso de comunicación en grupo que resulte eficaz al permitir que un conjunto de personas aborde un problema (Linstone & Turoff, 2002).

Tabla 3-1: Método Delphi

TÍTULO	Validación de los instrumentos de investigación		
OBJETIVO	Validar por expertos el banco de interrogantes de la encuesta y entrevista a utilizarse para la recopilación de la información necesaria que me permita analizar posteriormente los datos.		
EXPERTOS INTERVINIENTES:	PhD. Roberto Costales Abg. Daniel Bastidas Ing. Geovanny León		
DATOS INFORMATIVOS DE LOS EXPERTOS	RONDA 1 (encuesta) CRITERIO	RONDA 2 (entrevista) CRITERIO	RESULTADO
PhD. En Ciencias Económicas y Administrativas, docente de la ESPOCH Carrera Finanzas.	Es necesario cambiar o eliminar la última pregunta ya que es un tema que se elaborará en el capítulo V	Se modificó la pregunta mencionada y se procede a ser ejecutado.	APROBADO
Jefe del departamento de planificación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí.	Las preguntas del instrumento están acorde al tema planteado.	Se debe modificar la pregunta 5 para una mejor comprensión del instrumento.	APROBADO
Presidente de la Asociación de Artesanos del Cantón Alausí.	El instrumento está realizado de acuerdo a las variables de investigación.	Procede a ser ejecutado.	APROBADO
RESULTADOS	NO APROBADO	APROBADO	APROBADO / VALIDADO

Realizado por: Garcés, A., 2023.

Se aplicó el método Delphi en la investigación el mismo que permitió obtener y sintetizar conocimientos y opiniones de tres expertos sobre el cuestionario y la guía de entrevista, mismo que contribuye a una comprensión completa y fundamentada de los factores de fracaso del emprendimiento.

Después de someter el instrumento a la evaluación se llega a la conclusión de que el instrumento es aprobado, el consenso alcanzado en el proceso demuestra la confiabilidad y validez del instrumento respaldando la utilidad en la investigación.

3.9.2. Coeficiente alfa de Cronbach

El coeficiente alfa de Cronbach desarrollado por Lee Cronbach en 1951 es una medida que estima la confiabilidad de las encuestas basadas en la escala de Likert. Su función es evaluar un aspecto único, a través de la aplicación de un cuestionario (Pérez, 2022).

Coeficiente de confiabilidad del cuestionario: **0,87**

Número de ítems del instrumento: **4**

Sumatoria de las varianzas de los ítems: **6,6027**

Varianza total del instrumento: **10,055**

$$\sum_{i=1}^k S_i^2 :$$
$$\frac{4}{(4 - 1)} * \frac{(1 - 6,6027)}{10,055}$$
$$= \mathbf{0,87}$$

Tras la aplicación del coeficiente alfa de Cronbach se obtuvo un resultado de **0,87** considerado **confiable**, esto respalda la confiabilidad del instrumento el cual contiene preguntas claras, coherentes y miden de manera correcta la variable. Los resultados obtenidos son considerados como confiables para su análisis e interpretación.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Tabulación de las encuestas

4.1.1. Género

Tabla 4-1: Género

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	56	54%
Femenino	48	46%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

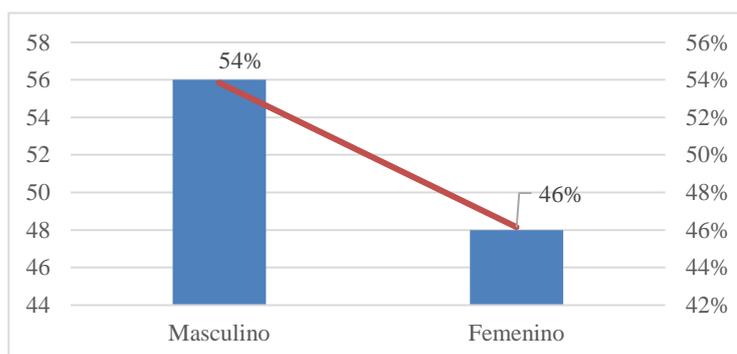


Ilustración 4-1: Género

Realizado por: Garcés, A., 2023.

Análisis: Del total de personas encuestadas se identifica que el 54% son de sexo masculino y el 46% de sexo femenino.

Interpretación: En su mayoría, los emprendedores son de sexo masculino lo que indica que son los hombres quienes buscan un espacio en el mercado ofreciendo bienes o servicios, muchas veces elaborados por cuenta propia para sustentar sus hogares o contribuir en los ingresos familiares, también se observa una brecha de desigualdad al momento de ejecutar una idea de negocio, no existe apertura en el mercado para el crecimiento del género femenino, se deberá implementar alianzas entre organizaciones sociales y políticas de género que ayuden a erradicar la inequidad.

4.1.2. Edad

Tabla 4-2: Edad

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 18 años	—	—
20-29	30	29%
30-39	38	37%
40-49	25	24%
50 en adelante	11	11%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

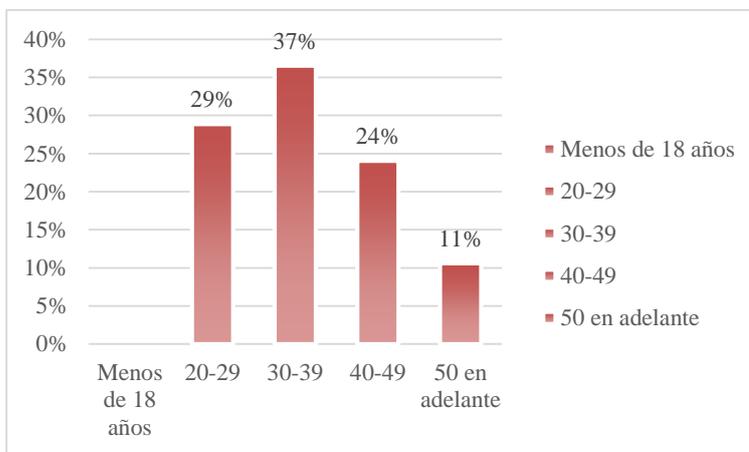


Ilustración 4-2: Edad

Realizado por: Garcés, A., 2023.

Análisis: El 37% de los emprendedores encuestados tienen una edad entre 30-39 años; mientras que el 29% está en una edad de 20-29 años; el 24% tiene un rango de edad de 40-49 años, el 11% más de 50 años y no existe datos de emprendedores con una edad inferior a 18 años.

Interpretación: Las encuestas realizadas presentan resultados donde se evidencia que la mayoría de los emprendedores están en un rango de edad de 30-39 años, siendo una población adulta que ha iniciado una idea de negocio debido a la falta de trabajo bajo dependencia o están ejerciendo su profesión de manera independiente.

4.1.3. Nivel de estudios

Tabla 4-3: Nivel de estudios

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	1	1%
Educación básica	14	13%
Bachillerato	53	51%
Técnico superior	17	16%
Tercer nivel	17	16%
Posgrado	2	2%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

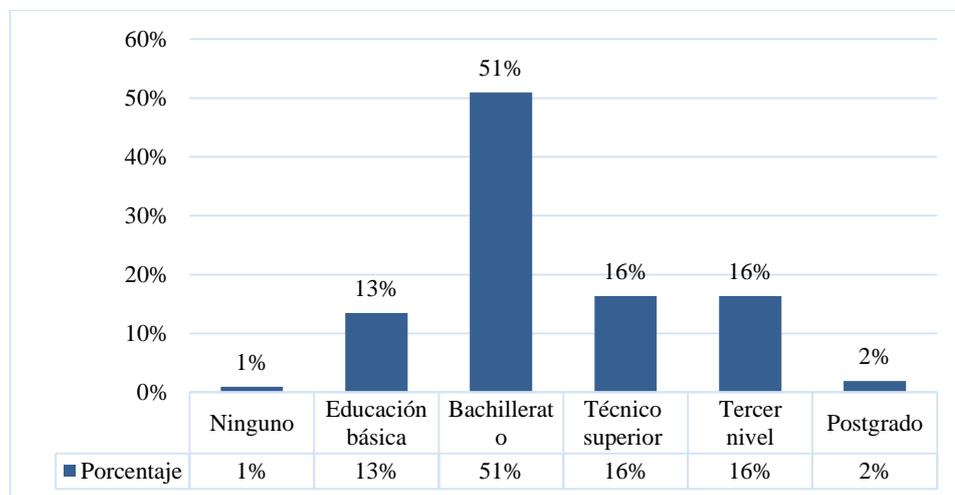


Ilustración 4-2: Nivel de estudios

Realizado por: Garcés, A., 2023.

Análisis: En la presente encuesta se observa que el 51% de los emprendedores culminaron el bachillerato, el 16% poseen título de tercer nivel y tecnología, mientras el 13% de los encuestados tienen educación básica, el 2% cuenta con un nivel de educación de posgrado y el 1% de los emprendedores sin ningún tipo de estudios.

Interpretación: Por otra parte, se identifica que la mayoría de los emprendedores encuestados posee un nivel de estudios secundarios este indicador de educación muestra la variedad de habilidades y conocimientos que poseen los emprendedores, además, se evidencia que la educación superior, aunque en menor proporción, también está presente, se destaca que son una población que tiene la oportunidad de iniciar un emprendimiento con ideas efectivas.

4.1.4. ¿Cuál fue el motivo que le llevó a tomar la decisión de emprender?

Tabla 4-4: Motivo para emprender

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Por necesidad	63	61%
Por oportunidad	41	39%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)
Realizado por: Garcés, A., 2023.

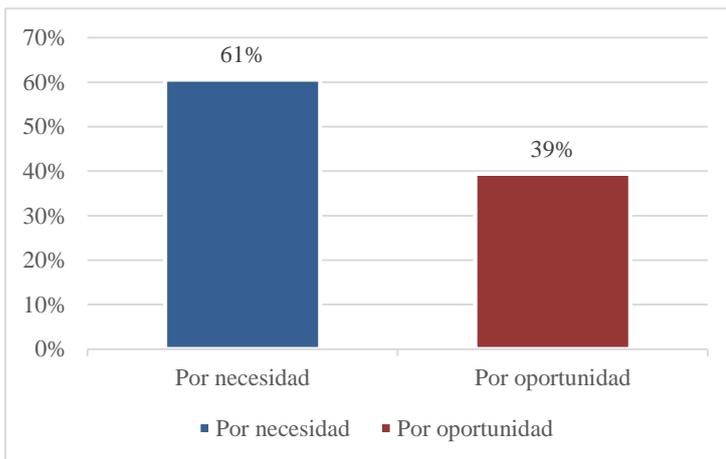


Ilustración 4-3: Motivo para emprender

Realizado por: Garcés, A., 2023.

Análisis: El motivo por el cual los encuestados tomaron la decisión de emprender en un 61% es por necesidad, mientras un 39% emprendieron por oportunidad.

Interpretación: La motivación económica primaria está impulsada principalmente por circunstancias de necesidad sean estas para obtención de ingresos o mejorar la calidad de vida evidenciando una problemática notoria debido a que emprenden por obligación y no por vocación convirtiéndose en un error al momento de iniciar la idea de negocio.

4.1.5. ¿En qué sector ha logrado desenvolver su emprendimiento?

Tabla 4-5: Actividad del emprendimiento

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Comercial	53	51%
Industrial	4	4%
Servicio	28	27%
Producción	19	18%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

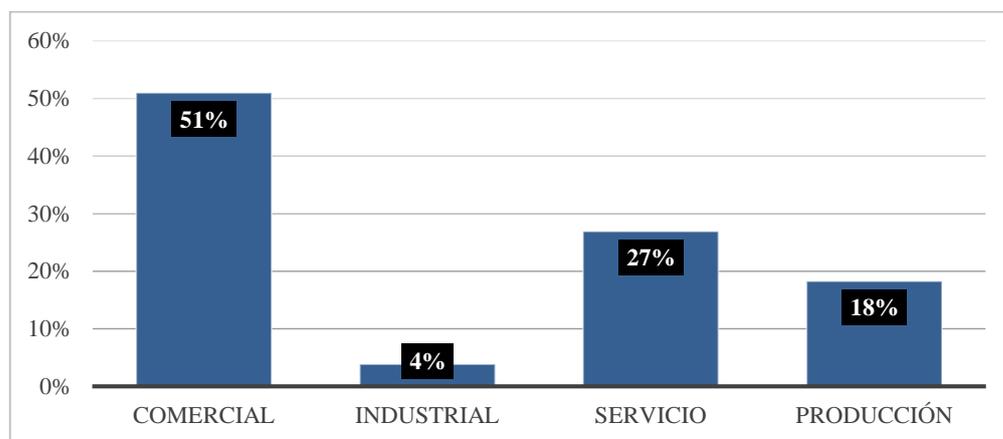


Ilustración 4-4: Actividad del emprendimiento

Realizado por: Garcés, A., 2023.

Análisis: La principal actividad a la que se dedican los emprendedores del Cantón Alausí en un 51% se encuentra en el sector comercial, 27% actividades de servicio, 18% de los encuestados desarrollan sus actividades en el sector de producción y finalmente un 4% actividades industriales.

Interpretación: En gran proporción los emprendedores logran desenvolver su actividad económica en el sector comercial por la flexibilidad en términos de horarios y ubicación, pueden adaptarse a las necesidades y preferencias del consumidor, es vital no permitir un espacio de insatisfacción del cliente, por el contrario, buscar mejorar la percepción que este tiene de la marca y producto para que la actividad se desarrolle correctamente.

4.1.6. ¿Qué fuentes de financiamiento ha usado usted para poner en marcha su negocio?

Tabla 4-6: Fuentes de financiamiento

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Ahorros personales	28	27%
Préstamos a terceros	37	36%
Créditos instituciones financieras	39	38%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)
Realizado por: Garcés, A., 2023.

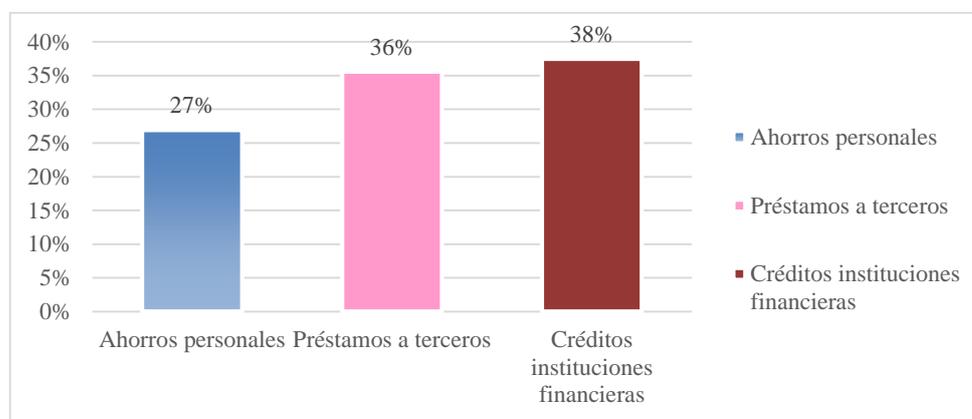


Ilustración 4-5: Fuentes de financiamiento

Realizado por: Garcés, A., 2023.

Análisis: De acuerdo con los resultados el 38% de los emprendedores iniciaron su negocio con créditos en instituciones financieras, un 36% préstamos a terceros y 27% están constituidos a través de ahorros personales.

Interpretación: Los datos muestran que las principales fuentes de financiamiento para poner en marcha el emprendimiento en el Cantón Alausí son los créditos en instituciones financieras, en su gran mayoría optan por un préstamo por que cuentan con un historial crediticio sólido lo cual permite obtener financiamiento de manera más rápida, consecutivamente un 36% de los emprendimientos fueron financiados por créditos a terceras personas en su mayoría hace referencia a familiares.

4.1.7. ¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en el mercado?

Tabla 4-7: Tiempo de permanencia del emprendimiento en el mercado

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 6 meses	9	9%
De 6 meses a 1 año	35	34%
De 1 a 5 años	39	38%
Más de 5 años	21	20%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

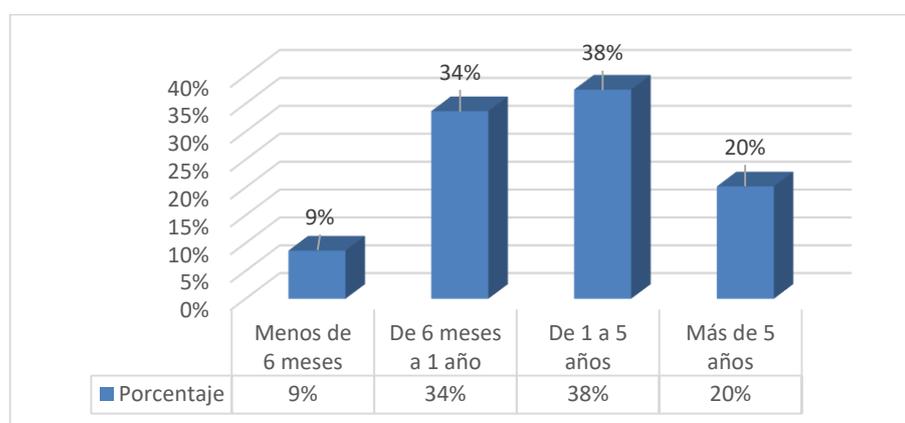


Ilustración 4-6: Tiempo de permanencia del emprendimiento en el mercado

Realizado por: Garcés, A., 2023.

Análisis: Se recopila datos relacionados con el tiempo de vida del emprendimiento, un 38% de los encuestados informan que se encuentran en el mercado entre 1 y 5 años, los emprendimientos que oscilan entre 6 meses a 1 año está representado por un 34%, el 20% desarrolla sus actividades hace más de 5 años y el 9% de los participantes informan tener menos de 6 meses.

Interpretación: La concentración en la categoría de 1 a 5 años indica un equilibrio entre la experiencia acumulada y la capacidad de crecimiento, a su vez durante este periodo es posible establecer una base de clientes sólida, existe la posibilidad de diversificar y expandir el negocio explorando nuevos entornos y oportunidades, un emprendimiento que se encuentra en el mercado de 1 a 5 años puede generar estabilidad económica al propietario así como también brindar oportunidades de empleo a otros, se destaca la importancia de este segmento en el estudio del tiempo de vida de los emprendimientos.

4.1.8. ¿Cuál es el mayor riesgo que ha enfrentado en su negocio?

Tabla 4-8: Mayor riesgo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Financiamiento	28	27%
Operaciones	18	17%
Cambio preferencia de los clientes	26	25%
Delincuencia	12	12%
Otros	20	19%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

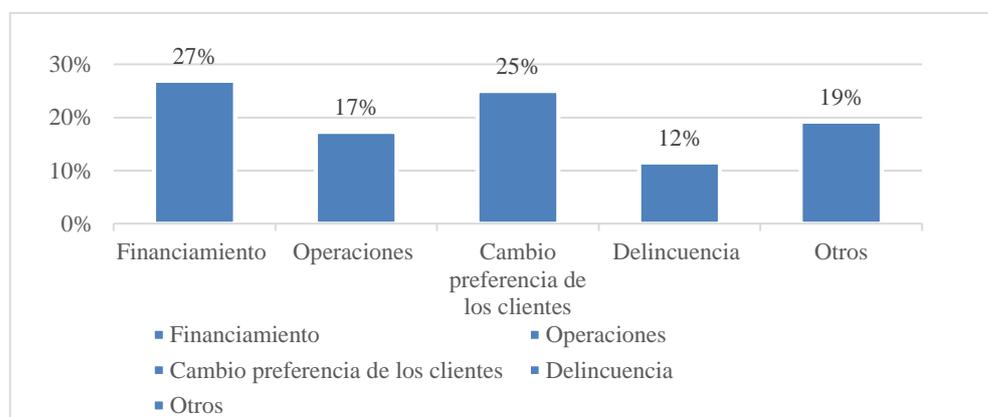


Ilustración 4-7: Mayor riesgo

Realizado por: Garcés, A., 2023

Análisis: El 27% de los encuestados identifica el financiamiento como el mayor riesgo que ha enfrentado su negocio, un 25% señala el cambio en las preferencias de los clientes como su mayor riesgo, el 19% menciona otros riesgos no incluidos en las categorías expuestas siendo este los desastres naturales, un 17% de emprendedores indica los riesgos operativos como su principal preocupación y el 12% es otorgado a la delincuencia existente en el Cantón Alausí.

Interpretación: La preocupación por el financiamiento evidencia la necesidad de acceso a recursos para poner en marcha un emprendimiento, al igual que el cambio en las preferencias de los clientes identificado como un riesgo importante, este resultado propone mayor análisis hacia la dinámica del mercado y la importancia de adaptarse a las demandas y expectativas cambiantes en los consumidores contemplando la innovación como eje principal.

4.1.9. ¿Ha emprendido en más de una ocasión?

Tabla 4-9: Emprendimientos previos

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	57	55%
No	47	45%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

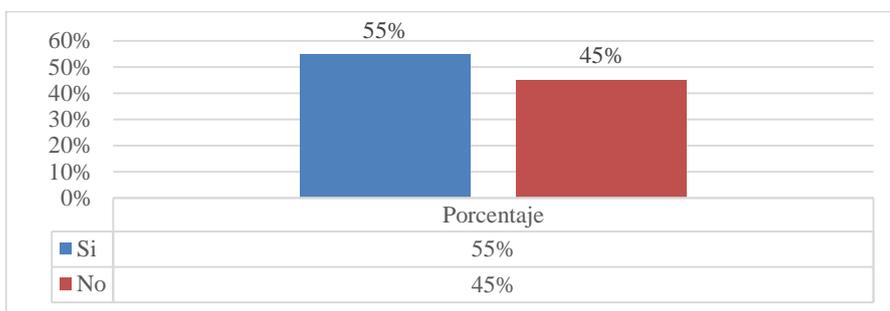


Ilustración 4-8: Emprendimientos previos

Realizado por: Garcés, A., 2023

Análisis: La mayoría de los encuestados (55%) han emprendido en más de una ocasión, indicando una presencia significativa de individuos con experiencia emprendedora y en un 45% es la primera vez que inician un emprendimiento.

Interpretación: De acuerdo con los resultados las personas han emprendido en más de una ocasión quedando en evidencia que existe factores los cuales pueden ser climáticos, errores dentro de los que se encuentra el no realizar un estudio de mercado previo y desafíos que provocaron el fracaso, por otra parte, un 45% de emprendimientos en el Cantón Alausí tiene como propietario un encuestado que ha emprendido por primera vez.

4.1.10. ¿Cuál fue el motivo por el cuál cerró su emprendimiento?

En relación a la pregunta 9, que busca conocer si han emprendido en más de una ocasión se obtuvo una respuesta positiva por parte de 57 emprendedores, los cuales responderán las preguntas 10 y 11 del cuestionario.

Tabla 4-10: Motivo de cierre del emprendimiento

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Oferta de trabajo	5	5%
Ventas bajas	25	24%
Demasiada competencia	13	13%
Falta de financiamiento	10	10%
Otro	4	4%
TOTAL	57	55%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

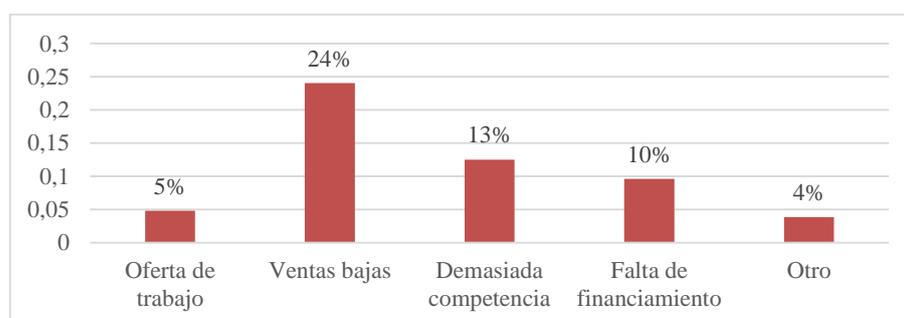


Ilustración 4-9: Motivo de cierre del emprendimiento

Realizado por: Garcés, A., 2023

Análisis: De acuerdo con las respuestas obtenidas un 24% de los emprendedores deciden cerrar sus negocios por las ventas bajas, con un 13% de las respuestas la categoría indica que los encuestados consideran a la competencia como un factor que dificulta el crecimiento o supervivencia de los emprendimientos, el 10% menciona que la falta de financiamiento es un obstáculo para el desarrollo de las actividades, un número reducido de personas (5%) indica que tuvieron ofertas de trabajo y el 4% incluyen otros factores que no se encuentran en las opciones de respuesta.

Interpretación: La falta de demanda y dificultad para generar ingresos son factores que impactan negativamente en la viabilidad a largo plazo de un emprendimiento, además el mercado saturado dificulta el posicionamiento y la captación de clientes, por otro lado, la dificultad para obtener capital y financiar el crecimiento del negocio puede limitar las oportunidades de expansión. Los resultados muestran que las ventas bajas, la competencia y la falta de financiamiento son los principales desafíos percibidos por los encuestados, al momento de decidir si continuar con su emprendimiento o cerrarlo, mientras que las ofertas de trabajo tienen un impacto menor.

4.1.11. ¿Cuál fue el tiempo de vida de su emprendimiento?

Tabla 4-11: Tiempo del emprendimiento en el mercado

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	23	22%
Entre 1 y 5 años	28	27%
Más de 5 años	6	6%
TOTAL	57	55%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

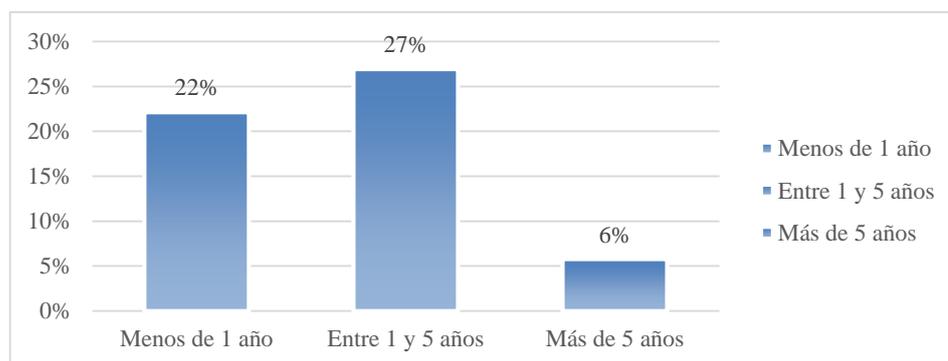


Ilustración 4-10: Tiempo del emprendimiento en el mercado

Realizado por: Garcés, A., 2023

Análisis: La mayor parte de emprendimientos que fueron cerrados por diversos motivos estuvieron en el mercado un 27% en un rango de 1-5 años, 22% menos de 1 año y un 6% más de 5 años de vida.

Interpretación: Los resultados muestran que la mayoría de emprendimientos que cerraron en el Cantón Alausí estuvieron de 1 a 5 años en el mercado, seguidos de menos de 1 año lo que indica que cerraron en una etapa temprana es posible que factores como la falta de demanda, competencia intensa o la falta de financiamiento contribuyeron a esta situación, finalmente negocios que superaron los 5 años pero a pesar de ello los propietarios decidieron terminar la actividad económica, esto indica que existieron otros factores, puede ser que los propietarios enfrenten dificultades personales, cambios en sus intereses o un déficit en la rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo.

4.1.12. ¿Considera que la planificación tiene un impacto importante al momento de conseguir el éxito en un emprendimiento?

Tabla 4-12: Impacto de la planificación

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	7	7%
En desacuerdo	8	8%
Indiferente	29	28%
De acuerdo	44	42%
Totalmente de acuerdo	16	15%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

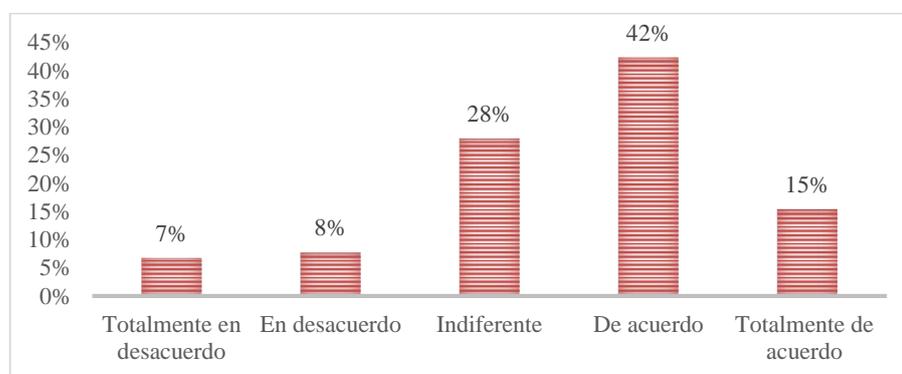


Ilustración 4-11: Impacto de la planificación

Realizado por: Garcés, A., 2023

Análisis: Un 42% de las personas encuestadas mencionan que están de acuerdo en que la planificación tiene un impacto importante al momento de conseguir el éxito en un emprendimiento, el 15% está totalmente de acuerdo, un 28% es indiferente ante la pregunta, con un 8% de las respuestas, la categoría en desacuerdo indica que un grupo pequeño de encuestados no está de acuerdo en que la planificación sea importante para su negocio, finalmente el 7% está totalmente en desacuerdo.

Interpretación: La mayoría de encuestados consideran que la planificación tiene un impacto importante en el éxito de un emprendimiento, ya sea que estén de acuerdo o totalmente de acuerdo están conscientes que al momento de emprender es fundamental establecer metas y tener una visión clara de hacia dónde quieren dirigir su negocio. Sin embargo, también es relevante notar que un porcentaje se muestra indiferente o en desacuerdo con esta afirmación.

4.1.13. ¿En qué medida la falta de financiamiento ha contribuido al fracaso de los emprendimientos en el Cantón Alausí?

Tabla 4-13: Impacto del financiamiento

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Nada	3	3%
Casi nada	7	7%
Poco	24	23%
Más o menos	43	41%
Mucho	27	26%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

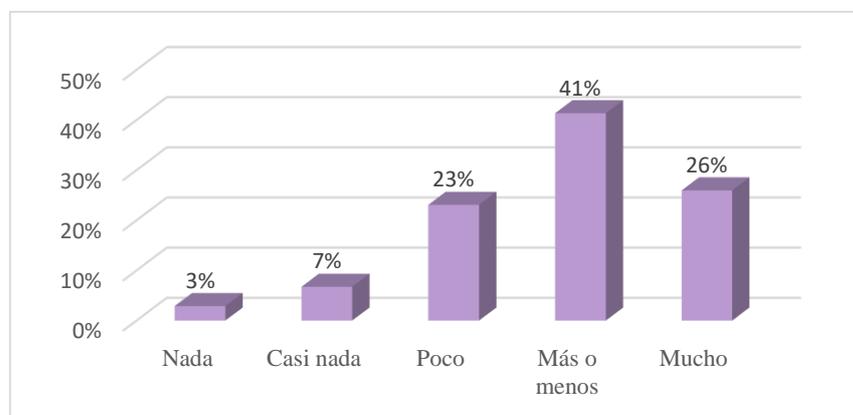


Ilustración 4-12: Impacto del financiamiento

Realizado por: Garcés, A., 2023

Análisis: La falta de financiamiento para un 41% de encuestados ha contribuido en el fracaso de los emprendimientos del Cantón Alausí, el 26% considera que, en gran proporción, un 23% indica que es poco lo que influye el financiamiento en el éxito de un emprendimiento, casi nada un 7% y nada en un 3% según los resultados obtenidos.

Interpretación: La mayoría de los emprendedores tienen la percepción de que la falta de financiamiento contribuye significativamente en el éxito o fracaso de su negocio, debido a las tasas de interés altas, se considera que debe existir una política pública en la cual se ayude al sector emprendedor con financiamiento más accesible y esté implementado en todas las instituciones financieras.

4.1.14. ¿Con qué frecuencia asiste a algún tipo de capacitación, taller o asesoría para emprendedores?

Tabla 4-14: Asistencia a capacitaciones

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	4%
Casi siempre	9	9%
Usualmente	34	33%
Casi nunca	44	42%
Nunca	13	13%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

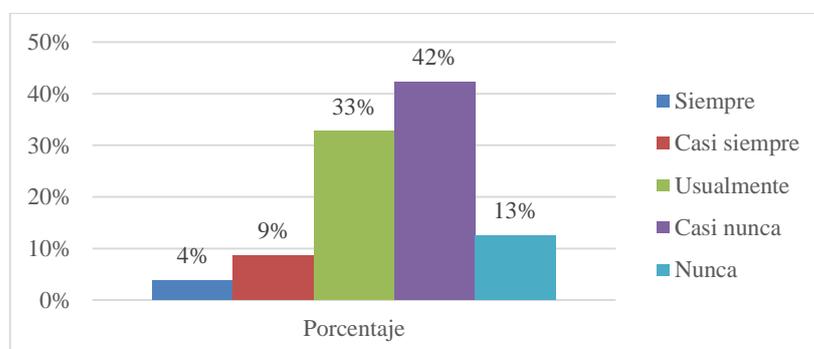


Ilustración 4-13: Asistencia a capacitaciones

Realizado por: Garcés, A., 2023

Análisis: Con un 42% de las respuestas los encuestados indican que casi nunca asiste a capacitaciones, otra de las categorías con mayor frecuencia es usualmente con un 33% esto sugiere que una parte significativa asiste a este tipo de actividades, 13% de los emprendedores nunca, 9% casi siempre y tan solo el 4% de las respuestas indican que siempre asisten a capacitaciones.

Interpretación: Los estudios muestran que los emprendedores en Alausí rara vez o nunca asisten a capacitaciones, talleres o sesiones de tutoría; esta falta de participación en actividades educativas puede ser la razón por la que sus negocios no mejoran. Es crucial enfatizar la importancia de crear conciencia sobre la capacitación, pero no solo proporciona conocimientos prácticos sino permite a los emprendedores conectarse entre sí y aprender de sus experiencias.

4.1.15. ¿Qué obstáculo cree que enfrentan con mayor frecuencia los emprendedores en Alausí?

Tabla 4-15: Obstáculos que enfrentan los emprendedores

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Trámites burocráticos	31	30%
Falta de acceso a mercados externos	45	43%
Limitaciones en la infraestructura	28	27%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

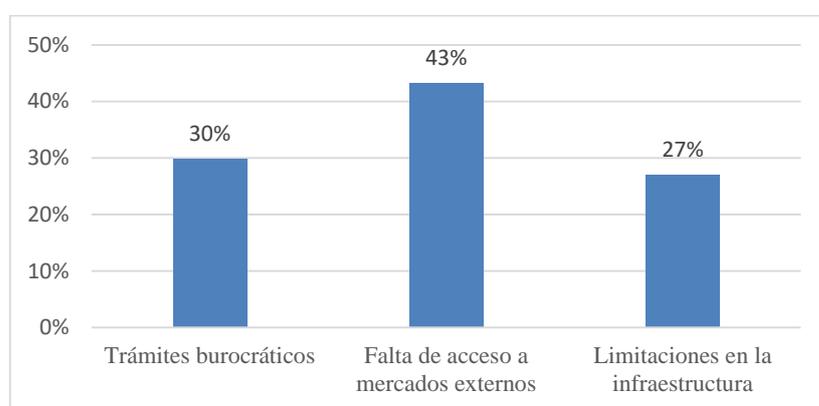


Ilustración 4-14: Obstáculos que enfrentan los emprendedores

Realizado por: Garcés, A., 2023

Análisis: El 43% de los encuestados menciona la falta de acceso a mercados externos como el principal obstáculo, por otro lado, el 30% señala que los trámites burocráticos son con mayor frecuencia el factor de fracaso de los emprendimientos y un 27% de emprendedores ven las limitaciones en la infraestructura como un impedimento frecuente.

Interpretación: El análisis de los datos muestra que los emprendedores en el Cantón Alausí enfrentan diversos obstáculos, pero los principales son los trámites burocráticos siendo estos una barrera, afectando al presupuesto del emprendimiento por tener costos adicionales, además, requieren una cantidad significativa de tiempo y recursos, la falta de acceso a mercados externos para expandir sus negocios es otro obstáculo latente.

4.1.16. En su opinión, ¿cuál es la mayor barrera para el crecimiento de un emprendimiento en el Cantón Alausí?

Tabla 4-16: Barrera para el crecimiento

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Dificultad para obtener financiamiento	35	34%
Escasa demanda del mercado	44	42%
Acceso limitado a tecnología	23	22%
TOTAL	102	98%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

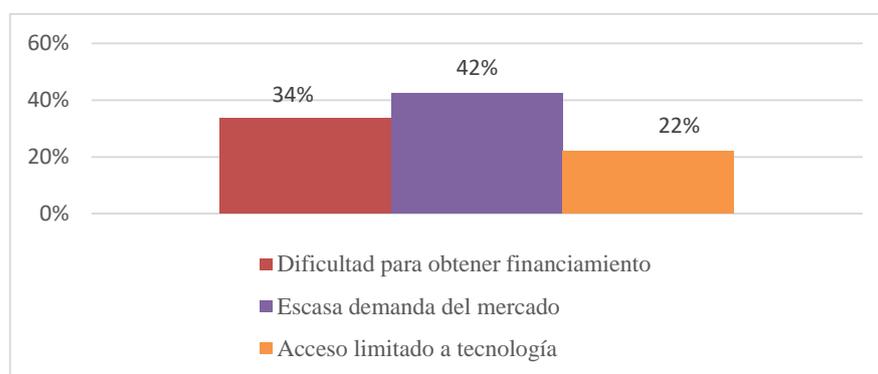


Ilustración 4-15: Barrera de crecimiento

Realizado por: Garcés, A., 2023

Análisis: Un 42% de los emprendedores indican que la escasa demanda del mercado es la mayor barrera para el crecimiento de un emprendimiento en el Cantón Alausí, el 34% señala que la dificultad para encontrar financiamiento es un gran problema al momento de iniciar o expandir sus negocios, además el 22% de los encuestados identificó el acceso limitado a tecnología como una barrera importante al no contar con recursos tecnológicos que podrían ser utilizados para mejorar la eficiencia y competitividad.

Interpretación: Los emprendedores del Cantón Alausí enfrentan desafíos que dificultan su éxito, como obstáculos para encontrar clientes, generar ventas, obtener recursos financieros y aprovechar la tecnología. Estos obstáculos evidencian la necesidad urgente de apoyo y soluciones para ayudar a los emprendedores, permitiéndoles fomentar el crecimiento sostenible de sus negocios.

4.1.17. ¿Qué factor cree que tiene el mayor impacto en la sostenibilidad a largo plazo de un emprendimiento?

Tabla 4-17: Factor con mayor impacto en la sostenibilidad

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Imagen de la marca	26	25%
Innovación	46	44%
Calidad de los productos o servicios ofrecidos	32	31%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

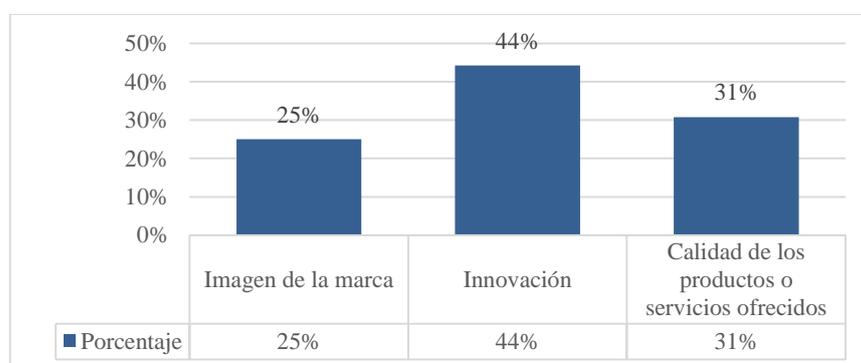


Ilustración 4-16: Factor con mayor impacto en la sostenibilidad

Realizado por: Garcés, A., 2023

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos, se infiere que los emprendedores consideran que la innovación es el factor con mayor impacto en la sostenibilidad a largo plazo de un emprendimiento con un 44% de las respuestas; por otro lado, el 31% de los encuestados considera que la calidad de los productos o servicios es el factor más relevante. En menor medida, el 25% de los encuestados mencionó la imagen de la marca como el elemento más importante.

Interpretación: Los emprendedores en Alausí señalan que la innovación es el factor con mayor impacto en la sostenibilidad a largo plazo de un emprendimiento permitiendo que este sea competitivo, mejorando la eficiencia y productividad, seguido por la calidad de los productos o servicios ofrecidos y la imagen de la marca.

4.1.18. ¿Qué necesita mejorar el ecosistema emprendedor del Cantón Alausí para reducir el fracaso de los emprendimientos?

Tabla 4-18: Mejora en el ecosistema emprendedor

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Apoyo de las autoridades locales	39	38%
Programas de capacitación para emprendedores	46	44%
Acceso a espacios de trabajo colaborativo	19	18%
TOTAL	104	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Alausí, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

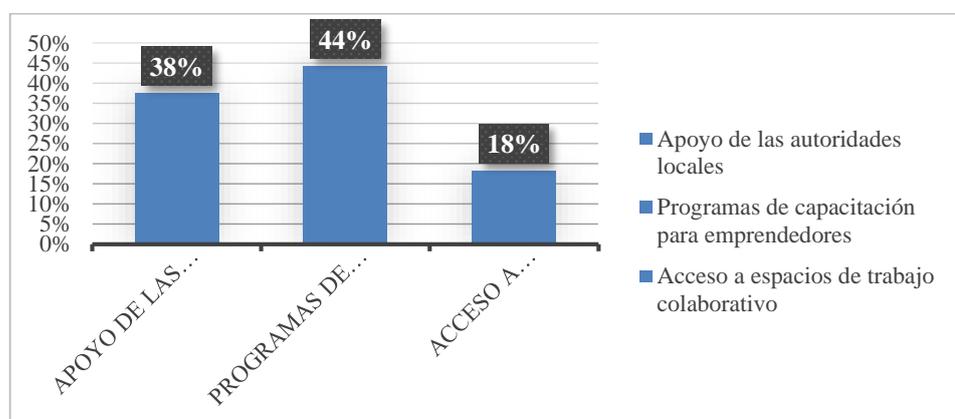


Ilustración 4-17: Mejora en el ecosistema emprendedor

Realizado por: Garcés, A., 2023

Análisis: Para los encuestados el ecosistema emprendedor necesita incorporar programas de capacitación el 44% reconoce la importancia de adquirir habilidades y conocimientos específicos para el desarrollo y gestión de sus negocios, el 38% señala que el apoyo de las autoridades locales es necesario, finalmente el 18% de los emprendedores menciona que el acceso a espacios de trabajo colaborativo es una necesidad para mejorar el ecosistema emprendedor hace referencia a la importancia de contar con espacios físicos donde los emprendedores puedan interactuar.

Interpretación: Los emprendedores consideran que el ecosistema emprendedor necesita mejorar a través de programas de capacitación y el apoyo de las autoridades locales es fundamental para el crecimiento de un emprendimiento ya que le permite al propietario estar actualizado y adquirir nuevos conocimientos. Además, el acceso a espacios de trabajo colaborativo también es mencionado como un aspecto que podría contribuir a la reducción del fracaso empresarial.

4.2. Entrevista a funcionarios del Gobierno Provincial, Gobierno Autónomo del Cantón Alausí y docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

4.2.1. Entrevista 1

Nombre:	Ing. Freddy Guamán Magi
Institución:	Gobierno Provincial de Chimborazo
Cargo:	Analista de Gestión Empresarial, Emprendimientos y Comercialización.

1. ¿Podría describir su experiencia y conocimientos en el campo del emprendimiento?

A nivel de la provincia, nosotros prácticamente como gobierno provincial tenemos alrededor de 320 emprendimientos registrados. Todo lo que conlleva emprendimientos se enfoca a todo producto que se agregue un valor, entonces aquí en la prefectura nosotros manejamos desde la parte de industrialización de lácteos, licores, mermeladas, artesanías y también textiles. Existe una cultura emprendedora en crecimiento con la presencia de incubadoras, aceleradoras y programas de apoyo a emprendedores.

2. ¿Cuál es su perspectiva sobre el éxito y el fracaso en el contexto de los emprendimientos?

El éxito arranca desde un conocimiento, muchos de nuestros emprendedores no tienen conocimientos y prácticamente lo hacen de manera empírica, como quien dice, probando. Si es que les va bien, existe emprendimientos que han llegado a tener éxito son los que prácticamente han tenido un tiempo muy largo para poder llegar a plasmar la efectividad que ellos llegan a tener en cada una de sus iniciativas.

Aparte de esto, la empresa pública, también se podría decir, no apoya a la empresa privada como gobierno provincial destinamos recursos para que estos emprendimientos puedan salir a flote, a su vez, se les va capacitando y también dando asistencia técnica.

3. ¿Cuáles cree que son los principales desafíos a los que se enfrentan los emprendedores en la actualidad?

El recurso económico, eso es fundamental, la capacitación y también establecer espacios de comercialización. Muchos de los emprendedores que nosotros tenemos actualmente tienen productos que son aceptados por la ciudadanía, cumplen con todos los estándares de calidad, pero cuando nosotros queremos hacerlos ingresar a las cadenas de comercialización masiva, hay limitantes. Muchos de los requisitos que prácticamente los emprendedores no logran cumplir y ese es el desafío de la institución, de crear ese tipo de alternativas para que puedan comercializar sus productos.

4. ¿Cuáles son los factores más comunes que contribuyen al fracaso de los emprendimientos?

Los espacios de comercialización los que más les afectan a ellos, tienen todas las iniciativas, tienen ideas muy buenas; el factor económico también influye bastante, pero en mayor proporción los espacios de comercialización.

5. ¿Cuál es la importancia de la planificación en el éxito de un emprendimiento?

La planificación como en todo, como en nuestra vida cotidiana también, influye muchísimo; en el tema de la planificación, pues prácticamente vienen los fracasos de los emprendedores, de los emprendimientos.

6. ¿Qué papel juega la falta de financiamiento en el fracaso de los emprendimientos?

Eso es medular, va a la par, el tema de la planificación, tener un buen producto y financiamiento es fundamental en todas las iniciativas de emprendimientos.

7. ¿Cuáles son los errores más comunes que cometen los emprendedores al comenzar un negocio?

Primero que no se hace un análisis de oferta y demanda, o sea no tenemos estructurado un plan de negocios, estas dos cosas son medulares y también no se hace un estudio de mercado, entonces aquí es donde prácticamente la academia con las instituciones que estamos encargadas de impulsar los emprendimientos son los que debemos apoyar estas iniciativas.

8. Considera que ¿generar estrategias contribuye a mitigar el fracaso emprendedor?

Claro, por eso es que estamos las instituciones, justamente para seguir creando estrategias de cómo seguir innovando y apoyando a nuestros emprendedores.

4.2.2. Entrevista 2

Nombre:	Ing. Cristian Silva Yépez
Institución:	Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí
Cargo:	Jefe de la Unidad de Desarrollo Productivo

1. ¿Podría describir su experiencia y conocimientos en el campo del emprendimiento?

Como GAD Cantonal tenemos mapeado unos 94 negocios formales que han emprendido de los cuales les puedo mencionar emprendimientos de comercios de víveres, comercios electrodomésticos, panaderías, tenemos emprendimientos también en la parte agropecuaria, como los que son captadores de lácteos. En este tiempo, bueno, creo que cada una de las personas tenemos algún tipo de emprendimiento, la experiencia la hemos adoptado de lo que hemos podido ver en el Cantón.

2. ¿Cuál es su perspectiva sobre el éxito y el fracaso en el contexto de los emprendimientos?

El éxito de todo emprendimiento es el conocimiento sobre lo que uno va a producir o a comercializar, es importante también el capital con el que se cuenta para iniciar; muchos de los fracasos también que se pueden dar es porque muchas personas simplemente observan que a un negocio le va bien y quieren emprender sin conocer la fuente, cómo deben administrar y sin realizar un estudio de mercado.

3. ¿Cuáles cree que son los principales desafíos a los que se enfrentan los emprendedores en la actualidad?

Lo más importante sería que el emprendedor entienda el mercado, cómo va evolucionando, el mundo va cambiando y las tecnologías de igual forma, uno tiene que adaptarse a esos desafíos. Entonces, un negocio que prácticamente inicie y se mantiene como se inició, yo creo que muy difícilmente logrará superarse tiene que capacitarse constantemente y estar siempre alineado a lo que el mercado demanda para poder seguir creciendo y subsistiendo en la ciudad donde se encuentra.

4. ¿Cuáles son los factores más comunes que contribuyen al fracaso de los emprendimientos?

Uno de los factores importantes es la falta de capital, los emprendedores quieren iniciar un negocio sin capital propio y todo buscar a través de un financiamiento, lamentablemente, el financiamiento en el Ecuador mismo tiene un alto costo. Otros factores que pueden influenciar en el fracaso de un emprendimiento es no prever situaciones que están ajenas a nuestro negocio, como pueden ser factores climáticos, en Alausí tuvimos el tema del derrumbe que dejó

prácticamente paralizados los comercios; entonces, si no tenemos previsto estos temas, que pueden suceder en el día a día, pues también estamos expuestos a un fracaso.

5. ¿Cuál es la importancia de la planificación en el éxito de un emprendimiento?

Sin una planificación, sin tener un norte a donde voy a ir, muy difícilmente llegaré a cumplir ese objetivo, contar con una planificación nos ayuda a saber que quiero vender, a qué monto quiero llegar, a qué sector quiero impactar con el negocio que estoy implementando. También hay que planificar el tema del manejo de stock, conocer qué productos demanda la población para uno seguir abasteciendo y no quedar sin ese producto, que también esto trae una mala imagen al negocio, conocer bastante sobre la utilidad de lo que yo tengo de mi producto.

6. ¿Qué papel juega la falta de financiamiento en el fracaso de los emprendimientos?

Lamentablemente, el financiamiento es caro por eso se debe tratar de buscar en el mercado financiero qué institución me puede ofrecer un producto con un costo menor, si un negocio comienza a crecer, necesita financiamiento para uno poder acceder a este financiamiento, yo creo que también es importante la cultura financiera, tener, manejar muy bien sus datos crediticios, ser puntual en sus pagos porque eso me abre el abanico para yo poder tener acceso a cualquier institución financiera, ya sea en este caso bancos, cooperativas. Si uno no declara más de 100 mil dólares de ventas anuales, uno es calificado como un microempresario, donde el costo del dinero ya es alto, estamos hablando de un costo del 17, 18, 20 por ciento tiene que manejar bien sus finanzas internas. Declarar transparentemente para lograr llegar a un punto de una pequeña empresa donde el financiamiento va a ser más barato, ningún financiamiento a largo plazo es bueno cuando se financia capital de trabajo.

7. ¿Cuáles son los errores más comunes que cometen los emprendedores al comenzar un negocio?

No realizar un estudio de mercado para ver si ese mercado necesita de este producto, otro de los errores de muchas personas es que inician su actividad empíricamente.

8. Considera que ¿generar estrategias contribuye a mitigar el fracaso emprendedor?

Indudablemente una estrategia siempre va a ayudar para que el emprendimiento tenga éxito, conocer estrategias de financiamiento, incluso dónde me voy a ubicar, cómo voy a publicitar mi actividad, una estrategia definitivamente es importante y hay que aplicarla al 100% para tener éxito en el negocio.

4.2.3. Entrevista 3

Nombre:	Ing. Bolívar Burbano Pérez
Institución:	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Cargo:	Docente de Proyecto Integrador

1. ¿Podría describir su experiencia y conocimientos en el campo del emprendimiento?

Sí, básicamente como constructor, como ingeniero mecánico, posteriormente tengo una maestría justamente en creación de empresas en pymes, pequeñas y medianas empresas, mención finanzas y en el campo ya de la práctica pues tengo algunas empresas y proyectos en ejecución. Además de unos 15 años de docencia universitaria y politécnica, que están como soporte académico y práctico para el tema de creación de empresas.

2. ¿Cuál es su perspectiva sobre el éxito y el fracaso en el contexto de los emprendimientos?

En Ecuador más o menos el 85% de emprendimientos fracasan antes de los dos primeros años y es básicamente porque se lo hace en forma empírica entonces de haber una forma práctica de contar con un plan de negocios, de contar con una planeación estratégica, de contar con insumos como por ejemplo el punto de equilibrio, que me indica exactamente cuándo ni se gana ni se pierde, podría mitigar los fracasos en los emprendimientos en el Ecuador.

3. ¿Cuáles cree que son los principales desafíos a los que se enfrentan los emprendedores en la actualidad?

En Ecuador hay muchos desafíos y mucho por hacer Ecuador es un país exageradamente rico tiene el mejor cacao del mundo, el mejor chocolate del mundo ahora que es chocolate “Pacari”, tiene el mejor banano, el mejor camarón, las mejores flores. Las expectativas son muy grandes lo que necesitamos es proyectistas, necesitamos emprendedores, necesitamos ángeles financieros que aporten en este proceso; existe falta de trabajo en equipo hay una palabrita mágica que se llama sinergia no es el mismo el esfuerzo de una persona que el esfuerzo de cinco personas o instituciones. Es lo que hay en otros países como Corea del Sur, hace 40 años era igual o más pobre que Ecuador su gobierno apostó a la lucha contra la corrupción y definitivamente impulsó los proyectos sociales, hoy por hoy Corea del Sur está entre las 10 economías más grandes del planeta por haber trabajado en esta sinergia.

4. ¿Cuáles son los factores más comunes que contribuyen al fracaso de los emprendimientos?

Básicamente el problema más grande que tenemos en Ecuador y creo que en Sudamérica es la falta de persistencia creemos que una empresa antes del primer año ya debería darnos carro, secretaria y edificio, normalmente los proyectos, los emprendimientos antes de pasar a ser pymes los más grandes emprendimientos en Ecuador han tardado en desarrollarse, en incubarse entre unos 5, 6, 8 años, entonces a veces no hay esa persistencia, no hay ese proceso de planeación estratégica para ver cuándo hay un periodo de recuperación de capital, una relación beneficio-costos, generar beneficios-utilidad y eso es a través del punto de equilibrio, que son herramientas estratégicas y al hacerla en forma empírica se acelera el proceso de cierre de empresas o de emprendimientos.

5. ¿Cuál es la importancia de la planificación en el éxito de un emprendimiento?

Creo que un 60% del éxito de un emprendimiento está en romper el miedo y un 40% está en herramientas financieras, administrativas, en una planeación estratégica, debido a que la planeación estratégica me da objetivos, estrategias y metas. Es un mapa que yo tengo que seguir para saber a dónde llegar si manejo bien estas herramientas, y acá en la Facultad de Administración de Empresas y la Carrera de Finanzas se manejan muy bien estas herramientas, es por eso que tenemos ya la incubación de algunas empresas, empresas de exalumnos.

6. ¿Qué papel juega la falta de financiamiento en el fracaso de los emprendimientos?

Muchísimo, el peor error que puede hacer una persona es cuando está endeudada poner un emprendimiento por eso quiebran los emprendimientos, estar en pobreza o con necesidad de dinero y poner un emprendimiento; un emprendimiento tiene que nacer con una cierta solvencia económica, con cierta tranquilidad económica. Hay ejemplos de empresas que han quebrado por apalancar y generan otra empresa justamente a través de las herramientas, valor actual neto, recuperación de capital, tasas internas de retorno, que me indican si es viable o no es viable un proyecto. Debemos tener esa tranquilidad para que el proyecto desarrolle porque un proyecto tiene una etapa, nacimiento, crecimiento, madurez.

La madurez de un proyecto de emprendimiento está a los tres o cuatro años, si es que usted no tiene un apalancamiento, una solvencia, un dinero destinado a ese proyecto para que vaya fluyendo conforme los flujos netos de efectivo, ese proyecto va a fracasar.

7. ¿Cuáles son los errores más comunes que cometen los emprendedores al comenzar un negocio?

El principal error es desear tener flujos de efectivo a corto plazo, las empresas gigantescas japonesas, que hoy son multinacionales, incubaron en 20 y 30 años y empresas locales también por ejemplo “Pronaca” una empresa que empezó hace 30 años, se va reinvertiendo, generando más productos. Otro de los errores que comete un emprendedor es llegar a una zona de confort del “status Quo” un emprendedor que no está en Internet y que no innova, está condenado al fracaso.

8. Considera que ¿generar estrategias contribuye a mitigar el fracaso emprendedor?

Claro, con estrategias, metas, tácticas, estudiando, no necesariamente el tema administrativo o financiero, sino también hay que inmiscuirse en el tema legal, de tributación y en el tema tecnológico. Ahora, un profesional, un emprendedor tiene que estar multi-preparado, son varias ramas que tiene que manejar y dominar para poder llegar a cristalizar un proceso de emprendimiento a una pequeña y mediana empresa.

9. ¿Cuál es el papel que desempeña la Institución de Educación Superior en el apoyo a la formación de emprendedores?

En la Facultad de Administración de Empresas tenemos, en la carrera de Finanzas, una cátedra que es de emprendimiento que reciben los estudiantes, hace dos años en Consejo Politécnico se aprobó una nueva modalidad de graduación que es de emprendimiento el estudiante, para graduarse, tiene que indicar estados financieros, tiene que indicar documentos de que está legal y funcionando la empresa, Registro único de contribuyentes, si es que es persona jurídica, superintendencia de bancos. Además, que hay algunos centros que son de innovación y de capacitación para los emprendedores está formando cada una de las facultades, existe proyectos de vinculación, por ejemplo, la carrera de Finanzas tiene un proyecto de vinculación con el GAD Provincial de Chimborazo, que es de fomento productivo para impulsar el desarrollo productivo de los emprendedores.

4.2.4. Entrevista 4

Nombre:	Ing. Roberto Costales PhD
Institución:	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Cargo:	Docente de Economía Popular y Solidaria

1. ¿Podría describir su experiencia y conocimientos en el campo del emprendimiento?

Los emprendimientos en Ecuador han crecido en los últimos años, por la falta de un trabajo dependiente, las personas tratan de emprender, de mejorar, de crecer, para no estar dependiente a un trabajo tanto del sector público como el privado.

2. ¿Cuál es su perspectiva sobre el éxito y el fracaso en el contexto de los emprendimientos?

El emprendimiento sin conocimiento tiende al fracaso, un porcentaje muy pequeño de lo que invirtieron tienen ganancias, la mayoría de los emprendimientos tienen una administración doméstica, no tienen mucha técnica ni conocimiento, y eso hace que al final tienda a desaparecer o a perderse. No tienen normas de presentación, registro sanitario y eso conlleva que no puedan vender en los precios de supermercados, a veces no están dentro de la parte legal del país, hablando del SRI, eso no les permite crecer es por ello que un emprendimiento dura un año o dos y cierra. Solo los emprendimientos que están bien formados, con responsabilidad, en una parte legal, estatutaria y control sanitario se mantienen.

3. ¿Cuáles cree que son los principales desafíos a los que se enfrentan los emprendedores en la actualidad?

La competencia, estamos en un país de dolarizado, y eso conlleva a que nuestros competidores más cercanos son los colombianos que están en pesos y los peruanos en soles. Entonces, por ejemplo, el emprendedor que está produciendo textiles el costo de producción es muy alto, porque aquí estamos en dólares, los precios de la competencia son más reducidos y esta competencia no igualitaria no les permite crecer, y tal vez salir a competir en otros países.

4. ¿Cuáles son los factores más comunes que contribuyen al fracaso de los emprendimientos?

El campo de la competencia viene incrementándose diariamente y deben constantemente estar innovando para mitigando de alguna forma este factor que puede influenciar en el fracaso del negocio.

5. ¿Cuál es la importancia de la planificación en el éxito de un emprendimiento?

Siempre planificar, organizarnos va a ir mejor, en la vida especialmente un emprendimiento, porque eso nos lleva a tener buen stock, hablando como financieros, nuestra liquidez, no podemos desperdiciarla en cosas que no son prioritarias, a veces la gente gasta en cosas que no son prioritarias y esto conlleva a un fracaso en el emprendimiento, entonces usted planifica, dice yo en este mes voy a gastar en esto y voy a comprar tales insumos para producir.

6. ¿Qué papel juega la falta de financiamiento en el fracaso de los emprendimientos?

Siempre, sea o no un emprendimiento la parte financiera es muy importante, si usted no tiene liquidez, no tiene cómo comprar los insumos, crecer, tecnificarse y legalizarse o expandirse hacia otros mercados, el canal de distribución cuando uno produce es fundamental, es esencial, si usted no tiene un canal de distribución bueno, amplio, donde lleguen sus productos lastimosamente no tendrá a quien vender y se estoqueará los productos quedarán en bodega y el gasto de bodega también es alto y eso conlleva también a perder recursos.

7. ¿Cuáles son los errores más comunes que cometen los emprendedores al comenzar un negocio?

Primero, no tener un capital de respaldo, se debe tener por lo menos tres capitales, un capital que es para producir, otro capital de pronto con estos problemas que vive el país de inseguridad, de competencia y tal vez venda todo lo que usted produce y tenga que pagar a sus proveedores, a la gente que usted le compra, entonces eso conlleva que tiene que tener otro capital ahí para esperar que se pueda vender y el tercero es uno para comprar más producto o equipamiento.

8. Considera que ¿generar estrategias contribuye a mitigar el fracaso emprendedor?

Claro, la estrategia es fundamental, es lo principal que debe hacer un emprendedor como en la vida, si usted no tiene estrategias se va a complicar siempre; una estrategia puede ser tal vez la capacitación, un trabajo por horas, buscar socios estratégicos también para que le ayuden a crecer.

9. ¿Cuál es el papel que desempeña la institución de educación superior en el apoyo a la formación de emprendedores?

Dentro del ámbito educativo superior contar con cátedras de emprendimiento es fundamental porque hace que los emprendimientos se tecnifiquen y también con los proyectos de vinculación, se hace que la academia y los emprendedores se enlacen y no tengan un emprendimiento doméstico, sino técnico así el manejo del dinero y recursos sean más apropiados para su curso y crecimiento.

4.2.5. Entrevista 5

Nombre:	Ing. Marco Vivar PhD
Institución:	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Cargo:	Docente de Emprendimiento (Facultad de Recursos Naturales)

1. ¿Podría describir su experiencia y conocimientos en el campo del emprendimiento?

Sí, puedo describir bastante experiencia, sobre todo en el desarrollo e implementación de los emprendimientos, aproximadamente a nivel de todo el país, he podido apoyar y he podido asesorar a más de 200 emprendimientos que se han desarrollado.

2. ¿Cuál es su perspectiva sobre el éxito y el fracaso en el contexto de los emprendimientos?

Uno de los pasos claves, es descubrir a esa persona, a ese emprendedor, que lleva dentro cada uno y ese es el que hay que desarrollar para luego establecer cuál es la oportunidad de negocio. En cambio, cuando se impone una idea de negocio o se crea por necesidad la mayoría de veces fracasa porque está obligado a realizar algo que no le gusta.

3. ¿Cuáles cree que son los principales desafíos a los que se enfrentan los emprendedores en la actualidad?

Existen varios desafíos primero, el asunto de las redes sociales tiene que saber manejar muy bien hoy en día las redes sociales ya que son una herramienta clave, por otra parte, conocer de robótica es un asunto que hoy en día todo se va a automatizar las cuales generarán desempleo, hay otro aspecto importante como la gestión, saber ser un excelente gerente.

4. ¿Cuáles son los factores más comunes que contribuyen al fracaso de los emprendimientos?

Hacer un emprendimiento por obligación o por creer que conocen del tema son factores claves que generar un fracaso.

5. ¿Cuál es la importancia de la planificación en el éxito de un emprendimiento?

La planificación es clave, porque sin plan no hay emprendimiento, debo elaborar un plan donde me diga cómo voy a hacer la parte de marketing, producción, promoción y todo lo que sea parte de cómo voy a organizar mi empresa. Es decir, si no hay un plan bien estructurado. coherente, consistente y que se interrelacione, pues lo más seguro es fracasar.

6. ¿Qué papel juega la falta de financiamiento en el fracaso de los emprendimientos?

En el mercado sí hay posibilidades de crédito, el problema es que son tasas muy altas y eso a veces también restringe. Pero también restringe el acceso porque no pueden cumplir con todo, pero de que hay fondos asignados y designados para emprender sí los hay, pero debemos buscarlos.

7. ¿Cuáles son los errores más comunes que cometen los emprendedores al comenzar un negocio?

Primero que no planifican debe existir un plan, segundo para mi criterio no puede iniciar con un préstamo porque deben dedicarse a pagar, otro error fundamental es pensar que de la noche a la mañana ya se va a tener éxito y esto demora dos o tres años hasta que empiece una maduración, otro error es no realizar innovaciones, tiene que estar innovando todo el tiempo y ser responsable para que exista una buena imagen.

8. Considera que ¿generar estrategias contribuye a mitigar el fracaso emprendedor?

Claro que hay que generar estrategias, pero no solo generar, sino aplicarlas.

9. ¿Cuál es el papel que desempeña la institución de la educación superior en el apoyo a la formación de emprendedores?

Debería formar y desarrollarse en tres aspectos, cognitivo, que es el conocimiento de habilidades, destrezas y de valores.

4.3. Discusión de resultados

Con base a los resultados obtenidos de los instrumentos realizados en el Cantón Alausí, se observa que predominan los emprendimientos con propietarios de género masculino, este hallazgo indica una posible desigualdad de oportunidades para emprendedores de género femenino en esta zona, respecto a la edad de los emprendedores la concentración en el rango de 30-39 años evidencia que este grupo se encuentra en una etapa de su vida en la que buscan nuevas oportunidades de negocio, pero también plantea interrogantes sobre las barreras de entrada para emprendedores más jóvenes o con mayor edad. En relación al nivel educativo el hecho de que la mayoría sean bachilleres resalta la importancia de la educación, pero se cuestiona la accesibilidad de oportunidades para que los emprendedores obtengan niveles de educación superior.

Predomina emprendimientos motivados por la necesidad evidenciando la urgencia de generar empleo y fuentes de ingresos en el Cantón, revelando un entorno económico que no se encuentra en óptimas condiciones que impulsa a emprender por necesidad en lugar de que sea por oportunidad. El financiamiento a través de créditos en instituciones financieras como principal fuente de financiamiento destaca la dependencia de los emprendedores de recursos externos y la importancia del acceso a financiamiento como factor crítico para el éxito de los negocios, con una duración promedio de 1-5 años, muestra los desafíos y riesgos a los que se enfrentan los emprendedores.

La planificación es reconocida como una herramienta clave para el desarrollo empresarial, pero la falta de financiamiento y acceso a capacitaciones muestra la necesidad de apoyo y recursos para fortalecer las capacidades de los emprendedores. La escasa asistencia a capacitaciones revela una brecha en el acceso a oportunidades de formación que podrían potenciar el crecimiento de los negocios. La limitada expansión a mercados externos como obstáculo principal permite conocer la necesidad de políticas que fomenten la diversificación de los negocios locales.

La innovación es esencial para que las empresas se mantengan competitivas, destacando la necesidad de ser creativas y adaptarse al entorno cambiante. Los emprendedores de Alausí reconocen la necesidad de fortalecer el ecosistema empresarial a través de programas de capacitación y apoyo gubernamental; entienden la importancia de mejorar sus habilidades, conocimientos y buscan adquirir nuevas herramientas que les permitan superar los desafíos comerciales.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. Propuesta

5.1.1. *Título*

Análisis de los factores de incidencia en el fracaso de los emprendimientos del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo, año 2023.

5.1.2. *Objetivo de la Propuesta*

5.1.2.1. *Objetivo General*

Analizar los factores de incidencia en el fracaso de los emprendimientos del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo, año 2023 con el fin de implementar estrategias que permitan incrementar el tiempo de vida de los emprendimientos.

5.1.2.2. *Objetivos Específicos*

- Aplicar el sistema de codificación MAXQDA para analizar los factores, identificar las principales causas y patrones recurrentes que inciden en el fracaso de los emprendimientos.
- Realizar un análisis PESTEL y FODA los cuales ayuden a generar estrategias para mejorar el ecosistema emprendedor del Cantón Alausí.
- Proponer estrategias que permitan mitigar los factores de fracaso de los emprendimientos en el Cantón Alausí.

5.1.3. *Antecedentes*

La economía del Cantón Alausí ha experimentado cambios que impulsan el crecimiento de la actividad emprendedora; este fenómeno ha despertado interés por comprender los factores que influyen en el éxito o fracaso de los emprendimientos locales con el objetivo de promover un ecosistema sólido.

El Cantón Alausí cuenta con un total de 104 emprendimientos registrados en el Gobierno Provincial de Chimborazo y el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí, tras el

análisis se identifica factores que inciden en el desempeño de estos emprendimientos siendo uno de ellos la falta de planificación, muchos emprendedores comienzan sin un plan de negocios sólido, lo que dificulta la toma de decisiones estratégicas y la asignación eficiente de recursos, así mismo, la carencia de conocimiento del mercado en el que se desea emprender es un obstáculo relevante por ello es esencial comprender las necesidades y deseos de los clientes, así como la competencia existente para poder desarrollar una idea de negocio única donde los consumidores elijan el bien o servicio. Los problemas financieros son una causa común de fracaso, la falta de capital inicial o semilla, una gestión financiera ineficiente y la incapacidad para obtener financiamiento pueden llevar al cierre temprano de un emprendimiento.

5.1.4. Análisis de factores

Tras procesar la información recopilada tanto en las encuestas como entrevistas utilizando el sistema MAXQDA, se obtiene resultados significativos sobre opiniones y experiencias de los participantes. Este análisis permite identificar patrones y tendencias que serán fundamentales para comprender a fondo el tema; a través de este análisis se presentarán detalladamente los hallazgos más relevantes derivados de la investigación, con el objetivo de proporcionar una visión integral sobre las respuestas.

5.1.4.1. Identificación de patrones

La matriz de palabras proporciona factores que afectan el éxito de los emprendimientos locales; entre los patrones clave identificados se encuentra la competencia, demanda del mercado, ventas bajas, nivel de educación de los emprendedores, acceso a capital inicial y obtención de financiamiento, elementos que influyen en el desempeño de los negocios en el Cantón Alausí.

Tabla 5-1: Matriz de palabras

	Competencia	Demanda	Ventas bajas	Educación	Capital	Financiamiento	SUMA
DATOS	17	15	13	18	26	52	141

Realizado por: Garcés, A., 2023.

5.1.4.3. *Tendencia de palabras*

La matriz de tendencia de palabras muestra detalladamente las palabras claves identificadas, su longitud, frecuencia de aparición porcentaje y rango de importancia, la matriz proporciona una visión estructurada de los factores.

Tabla 5-2: Tendencia de palabras

Palabra	Longitud de palabra	Frecuencia	%	Rango	DATOS
Emprendimiento	14	116	8,98	1	116
Financiamiento	14	39	3,02	3	39
Estrategia	10	15	1,16	6	15
Capacitación	12	14	1,08	7	14
Crecimiento	11	12	0,93	10	12
Preferencia	11	12	0,93	10	12
Necesidad	9	11	0,85	12	11
Cliente	7	10	0,77	13	10
Competencia	11	10	0,77	13	10
Desafío	7	10	0,77	13	10
Experiencia	11	10	0,77	13	10
Oportunidad	11	10	0,77	13	10
Educación	9	9	0,70	18	9
Negocio	7	9	0,70	18	9
Recurso	7	9	0,70	18	9
Servicio	8	9	0,70	18	9
Innovación	10	8	0,62	23	8
Obstáculo	9	8	0,62	23	8
Riesgo	6	8	0,62	23	8
Calidad	7	7	0,54	26	7
Crédito	7	7	0,54	26	7
Barrera	7	6	0,46	28	6
Préstamo	8	6	0,46	28	6
Sostenibilidad	14	6	0,46	28	6
comercialización	16	5	0,39	32	5
Ahorro	6	4	0,31	35	4
Autoridad	9	4	0,31	35	4
Burocrático	11	4	0,31	35	4
Colaborativo	12	4	0,31	35	4
Comercial	9	4	0,31	35	4
Delincuencia	12	4	0,31	35	4
Impulsar	8	4	0,31	35	4
Indiferente	11	4	0,31	35	4
Innovar	7	4	0,31	35	4

Limitar	7	4	0,31	35	4
Planificar	10	4	0,31	35	4
Trámite	7	4	0,31	35	4
Administración	14	3	0,23	54	3
Empírico	8	3	0,23	54	3
Equilibrio	10	3	0,23	54	3
Escaso	6	3	0,23	54	3
Gestión	7	3	0,23	54	3
Habilidad	9	3	0,23	54	3
Infraestructura	15	3	0,23	54	3
Ingreso	7	3	0,23	54	3
Insumo	6	3	0,23	54	3
Limitación	10	3	0,23	54	3
Vinculación	11	3	0,23	54	3

Realizado por: Garcés, A., 2023.

La matriz de frecuencia de palabras presenta la tendencia de palabras, dónde se registra un total de 48 palabras con sus respectivas longitudes, frecuencias, porcentajes, rangos y datos asociados; la palabra que más se repite es emprendimiento con un total de 116 menciones, lo que representa un 8,98% en términos de frecuencia, esta palabra ocupa el primer lugar en el rango de incidencia, con un total de 116 datos registrados en la matriz. El hallazgo evidencia que el término emprendimiento es central y recurrente en la investigación.

La palabra financiamiento también es recurrente siendo mencionada en 39 ocasiones, lo que representa un 3,02% en la frecuencia total de datos analizados, con un rango de 3 en incidencia se demuestra que el financiamiento juega un papel importante evidenciando la necesidad de contar con recursos económicos adecuados para respaldar iniciativas emprendedoras.

Adicionalmente se genera una ilustración donde se visualiza de manera dinámica cómo varían las tendencias identificando fluctuaciones y posibles correlaciones entre los elementos.

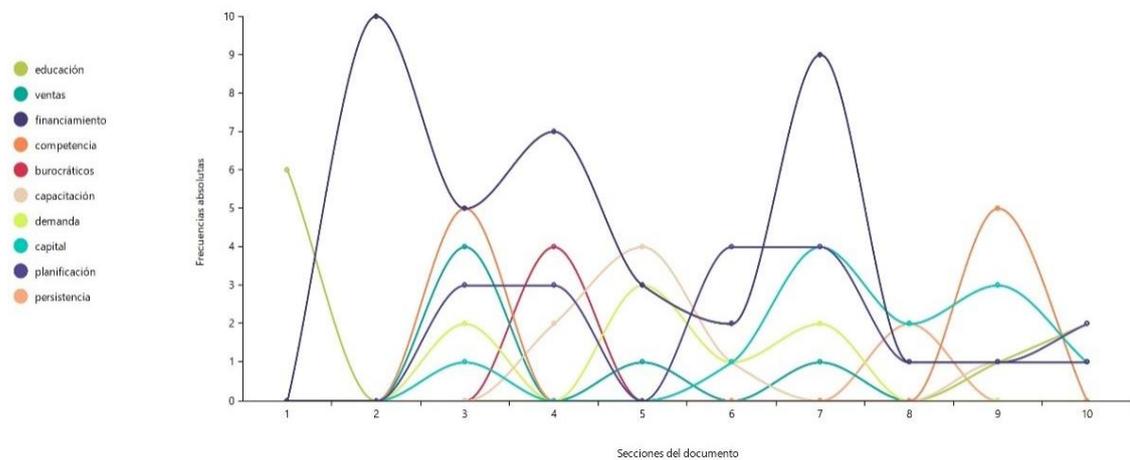


Ilustración 5-2: Tendencia de palabras
Realizado por: Garcés, A., 2023.

La ilustración proporciona información sobre los temas clave en la investigación, la tendencia de palabras indica cómo los términos educación, ventas y financiamiento son las más destacadas debido a que se encuentran en las secciones de mayor importancia (10-9-8) evidenciando que son temas que predominan en el análisis de los factores de incidencia en el fracaso de los emprendimientos.

5.1.4.4. *Matriz de categorización*

La matriz de categorización agrupa de manera sistemática los factores de incidencia en el fracaso de los emprendimientos, elementos como el capital, demanda, educación, competencia, ventas y financiamiento que fueron identificados como críticos en el ecosistema emprendedor.

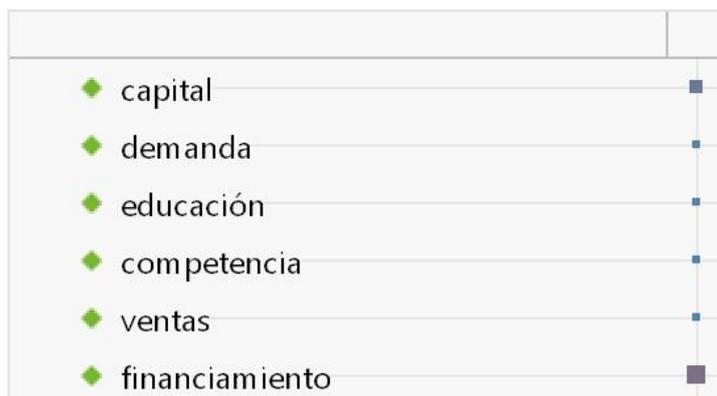


Ilustración 5-3: Matriz de categorización
Realizado por: Garcés, A., 2023.

En el análisis se identifican seis categorías que tienen un impacto significativo en la investigación y están estrechamente relacionadas con el fracaso de los emprendimientos en el Cantón Alausí, siendo estas la falta de financiamiento que puede limitar las operaciones y el crecimiento del

empresarial; seguido de no contar con capital lo cual impide enfrentar situaciones de crisis o expandirse esto incrementa la vulnerabilidad del emprendimiento; la educación es un aspecto clave que influye en la calidad del talento humano; por otra parte, las ventas insuficientes pueden llevar a problemas de flujo de efectivo y dificultar la sostenibilidad del negocio; el análisis de la competencia es fundamental para mejorar el posicionamiento del emprendimiento en un mercado competitivo; finalmente la demanda ésta categoría ofrece información esencial sobre las necesidades y preferencias de los clientes, una demanda mal estudiada lleva a una oferta inadecuada lo que afecta la satisfacción del cliente.

5.1.5. *Tiempo de vida de los emprendimientos*

En la pregunta 8 de la encuesta se recopila datos fundamentales sobre el tiempo de vida de los emprendimientos en el Cantón Alausí y las razones que llevaron al cierre de los mismos, estos emprendimientos han estado en el mercado entre 1 y 5 años mencionado por un 27% de los encuestados que han emprendido previamente, los motivos identificados son ventas bajas, competencia y financiamiento mismos que son las principales dificultades que enfrentan los emprendimientos en su camino hacia la consolidación, crecimiento y éxito.

5.1.6. *Matriz de implicados o stakeholders*

En el mercado, es posible identificar tanto aliados como oponentes que juegan un papel crucial en el desarrollo emprendedor, los aliados son aquellos actores que pueden brindar apoyo y colaboración como proveedores, socios y clientes; estos aliados pueden contribuir al crecimiento y éxito del negocio. Por otro lado, los oponentes son aquellos competidores directos o indirectos que pueden representar un desafío para el emprendimiento; estos oponentes pueden afectar la posición en el mercado, rentabilidad y competencia dificultando el crecimiento y sostenibilidad de los emprendimientos.



Ilustración 5-4: Stakeholders o implicados

Fuente: (Hostgator, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

En la ilustración se presenta una lista de los implicados claves en un emprendimiento, como el gobierno, propietario, clientes, socios, empleados, comunidad, competidores y tecnología. Cada uno de estos actores tienen sus propios criterios o indicadores que son relevantes para el análisis de los factores que determinan el fracaso de un emprendimiento, ya sea en el macroentorno o en el microentorno.

5.1.7. Macroentorno

En el Cantón Alausí, uno de los factores más importantes que influyen en el crecimiento o decrecimiento de los emprendimientos es el entorno en el que operan, es crucial tener un conocimiento profundo de este entorno, ya que permite aprovechar ventajas y oportunidades que ayudan a posicionar el emprendimiento en el mercado. Además, es necesario identificar y confrontar los factores negativos para anticipar posibles amenazas y crear escenarios favorables.

El macroentorno de un emprendimiento se encuentra fuera de su control y no está bajo vigilancia directa, se da por hechos o factores que son influenciados por fuerzas naturales, económicas, políticas y tecnológicas; a pesar de que no interactúan directamente con el negocio, su influencia es diversa y no se puede controlar.

Para llevar a cabo el análisis se consideró los siguientes elementos que son fundamentales para comprender y evaluar el entorno en el que opera un emprendimiento: Dimensión económica, demográfica, político-legal, ambiental y tecnológica. Estos elementos permiten tener una visión completa y detallada del entorno y sus efectos en el desarrollo del negocio.

5.1.7.1. *Análisis situacional*

Para el éxito de un emprendimiento es crucial evaluar los factores internos y externos del mercado; analizar minuciosamente los factores generales y los factores específicos ayuda a identificar y comprender las fuerzas que influyen en el negocio. Este análisis permite aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas relacionadas con la evolución constante del mercado en el que opera un emprendimiento.

5.1.8. *Análisis PESTEL*

PESTEL es una herramienta que examina factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que impactan a las organizaciones, ayuda a identificar posibles oportunidades y riesgos, brindando una comprensión completa de los aspectos que pueden afectar el rendimiento del emprendimiento.

5.1.8.1. *Dimensión Económica*

El entorno económico es el contexto en el que la empresa opera y donde interactúa con otras unidades generando indicadores macroeconómicos, se exploran conceptos como el producto interno bruto, tasa de inflación y tasa de desempleo; su análisis permite evaluar el impacto que tienen sobre el emprendimiento.

Tabla 5-3: Dimensión Económica

FACTOR ECONÓMICO				
Factor Evaluado	Condición Actual	Información Relevante	Impacto sobre los emprendimientos	Organismo
Producto Interno Bruto	Ascendente	En enero de 2023, el PIB presentó un crecimiento de 0,7% en comparación a enero de 2022.	Es un círculo económico que puede beneficiar a los clientes.	Banco Central del Ecuador (BCE)
Inflación	Descendente	La tasa de inflación en diciembre de 2023 se sitúa en 3,7%; mientras que en enero de 2023 disminuye a 3,1%.	El poder de adquisición de las personas incrementa.	Banco Central del Ecuador (BCE)
Desempleo	Ascendente	Se registró una tasa de desempleo de 3,2% en 2022, en comparación con el 3,4% en el año 2023.	Puede afectar la economía de las familias y existir una disminución en la adquisición de productos y servicios.	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Fuente: (BCE, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

5.1.8.2. Dimensión Político-Legal

Esta dimensión incluye leyes, reglamentos y grupos de presión que influyen en las empresas y personas, además de eventos políticos como elecciones. Es importante considerar que este factor puede crear tanto oportunidades como desafíos para el emprendimiento; por ejemplo, el gobierno de Ecuador apoya a las pequeñas y medianas empresas a través de políticas que fomenten su crecimiento, lo que representa una oportunidad. Sin embargo, es importante estar preparado para los cambios políticos y legales para mantenerse competitivo en el mercado.

Tabla 5-4: Dimensión Político-Legal

FACTOR POLÍTICO-LEGAL				
Factor Evaluado	Condición Actual	Información Relevante	Impacto sobre los emprendimientos	Organismo
Impuestos Tributarios	Inestable	Reducción arancelaria y negocios pertenecientes al RIMPE con ventas de entre los 2.501 hasta los 20.000 dólares al año pagarán un impuesto único progresivo que va de los 5 a los 60 dólares.	Al tener un bajo ingreso, el país se ve en la necesidad de incrementar el IVA para proporcionar al gobierno una fuente constante de ingresos que permitan atender las deudas existentes.	Servicio de Rentas Internas (SRI)
Políticas del Gobierno	Inestable	El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) presentó la Guía Nacional de Emprendimiento un portal web con información para iniciar y desarrollar iniciativas empresariales o emprendimientos.	Se encuentra el ABC del Emprendedor, que permite conectar con los servicios que brindan los actores del ecosistema del emprendedor del país, como asistencia técnica, capacitación, servicios financieros y acceso a mercados.	Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR).

Fuente: (INEC, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

5.1.8.3. Dimensión Tecnológica

Los avances tecnológicos mejoran la calidad del servicio a través de mejores procesos de distribución, ventas y publicidad puede determinar el éxito o el fracaso de una empresa. Por lo tanto, es fundamental que los emprendedores se mantengan actualizados con las últimas innovaciones tecnológicas para aprovechar sus beneficios.

Tabla 5-5: Dimensión Tecnológica

FACTOR TECNOLÓGICO				
Factor Evaluado	Condición Actual	Información Relevante	Impacto sobre los emprendimientos	Organismo
Desarrollo Tecnológico	Ascendente	<p>La Secretaria de Educación Superior, Ciencia Tecnología e Innovación menciona que Ecuador en el año 2023 invirtió más de 4 millones en tecnología.</p> <p>Ecuador de 2019 a 2023 presentó un incremento del 32,7% en la cantidad de hogares con acceso a internet: 25% en zona urbana y 76% en zona rural.</p> <p>En el año 2023 el gasto estimado por anuncios en medios de comunicación fue \$346 millones, en los últimos tres años el 61% de la inversión publicitaria fue en televisión.</p>	La inversión en tecnología es importante porque permite la automatización de los procesos.	<p>United Nations Development Programme.</p> <p>Ministerio de Telecomunicaciones</p>

Fuente: (Ministerio de Telecomunicaciones, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

5.1.8.4. Dimensión Ambiental

Esta dimensión considera la importancia de proteger y preservar el medio ambiente para mantener un equilibrio sostenible entre las actividades humanas y la conservación de recursos. También reconoce el impacto que los desastres naturales pueden tener en el funcionamiento exitoso de proyectos empresariales.

Tabla 5-6: Dimensión Ambiental

FACTOR AMBIENTAL				
Factor Evaluado	Condición Actual	Información Relevante	Impacto sobre los emprendimientos	Organismo
Desastres Naturales	Inestable	Zona de difícil acceso, deslizamiento de tierra, desbordamiento de ríos e incendios que afecta el Cantón Alausí detectados hasta la fecha de la investigación.	Situaciones externas que afectan el correcto funcionamiento de los emprendimientos.	Instituto Geofísico

Fuente: (INSTITUTO GEOFÍSICO DEL ECUADOR, 2023)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

5.1.9. Microentorno

Este factor engloba todos los aspectos que están permanentemente relacionados con la empresa y que ejercen influencia tanto en las operaciones diarias como en los resultados obtenidos. Los factores internos de un emprendimiento son aquellos que tienen un impacto directo y se encuentran dentro de la organización, estando bajo su control, ya sean tangibles o intangibles; estos factores son determinantes en el avance de la organización.

5.1.9.1. Proveedor

Los proveedores desempeñan un papel fundamental al proporcionar a los emprendimientos los recursos necesarios para comercializar sus productos o servicios; sin embargo, en ocasiones estos proveedores pueden generar problemas cuando hay fallas en la entrega de mercancía o suministros se elevan, lo que pueden llevar a que la empresa tenga que reducir o detener sus actividades; la relación con los proveedores es de gran importancia ya que la empresa depende de ellos para poder ofrecer sus servicios.

Tabla 5-7: Proveedor

FACTORES CLAVE DEL MICROENTORNO			
Factores	Impacto	Variables	Fuente
Recursos	Alto	La mayoría de elementos necesarios son proporcionados por los proveedores	Entrevistas
Calidad	Alto	Indicador de herramientas para medir el valor de los productos o servicios que se ofrece a un emprendimiento	(Malaga, 2019)

Fuente: (BBVA, 2019)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

5.1.9.2. Competencia

Este factor puede tener un impacto tanto positivo como negativo en el emprendimiento, debido a que, a través de la competencia, los clientes y consumidores tienen más opciones para elegir el mejor servicio que necesitan, evitando así el monopolio en el mercado; es crucial tener especial cuidado con este elemento para poder mantenerse presente en el mercado.

Tabla 5-8: Competencia

FACTORES CLAVE DEL MICROENTORNO			
Factores	Impacto	Variables	Fuente
Competencia directa	Alto	Los competidores comercializan el mismo producto para el mismo público	(Asana, 2022)
Competencia indirecta	Alto	Los competidores venden el mismo producto a un público diferente	(Asana, 2022)
Empresas internacionales	Alto	Habilidad de una empresa para superar a sus competidores en mercados extranjeros	(Serrano, 2021)

Fuente: (Asana, 2022)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

5.1.9.3. Cliente

Los compradores o clientes son aquellos que adquieren bienes o servicios de un emprendimiento, éste debe adaptarse a las preferencias y demandas de los compradores para satisfacer sus necesidades; el cliente es el enfoque principal de cualquier negocio, ya que todas las actividades internas se realizan con el objetivo de satisfacer sus necesidades.

Tabla 5-9: Cliente

FACTORES CLAVE DEL MICROENTORNO		
Factores	Impacto	Variables
Ubicación geográfica	Alto	Localizada en la Provincia de Chimborazo, conocida como la ciudad de los cinco patrimonios, actualmente es una localidad de difícil acceso por fenómenos naturales.
Relación precio-costos	Alto	Este es de gran relevancia ya que dependiendo de estos factores el cliente decidirá hacer una inversión
Lealtad	Alto	La preferencia o fidelidad de clientes por el producto o servicio permite mejorar la marca
Capacidad de pago	Alto	Cantidad máxima de ingresos y pagos de los clientes

Fuente: (J. Castillo et al., 2022)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

5.1.10. Análisis Matriz EFI-EFE

Para llevar a cabo el análisis del fracaso de los emprendimientos en el Cantón Alausí es importante realizar un estudio tanto del entorno interno como externo, para esto se utilizará las matrices EFI-EFE, entendiendo como factores internos a las fortalezas y debilidades, y factores externos a las oportunidades y amenazas. Estas matrices serán elaboradas tomando en consideración los factores evaluados previamente a través de encuestas, entrevistas y análisis PESTEL.

5.1.10.1. Matriz EFI

Tabla 5-10: Matriz EFI

MATRIZ EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS			
Factor determinante del éxito	Peso	Calificación	Ponderado
Fortalezas			
Fidelidad de los clientes por el consumo local	0,13	5	0,65
Conexión con proveedores locales e interprovinciales	0,10	4	0,40
Experiencia y conocimiento en el sector	0,09	2	0,18
Diversificación de productos y servicios	0,09	3	0,27
Punto de venta en una zona comercial	0,07	4	0,28
Debilidades			
No existe una evaluación del PRI para tomar acciones correctivas	0,13	1	0,13
Publicidad deficiente	0,08	2	0,16
Falta de planificación a mediano y largo plazo	0,10	1	0,10
Tiempo de vida de emprendimientos relativamente bajo	0,09	2	0,18
Falta de programas de capacitación	0,12	1	0,12
Total	1	25	2,47

Fuente: (Marco de análisis e interpretación de resultados)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

Al analizar la matriz EFI, se observa que los emprendimientos en el Cantón Alausí obtienen una calificación de 2,47 puntos, lo cual es inferior al promedio ponderado deseado de al menos 2,5 puntos. Esta situación sugiere mejorar su entorno interno, tanto en la respuesta a las debilidades generadas como en la implementación de estrategias que permitan aprovechar de manera efectiva las fortalezas.

5.1.10.2. Matriz EFE

Tabla 5-11: Matriz EFE

MATRIZ EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS			
Factor determinante del éxito	Peso	Calificación	Ponderado
Oportunidades			
Crecimiento dinámico del mercado	0,15	5	0,75
Conexión con rutas turísticas que puede atraer turistas	0,04	1	0,04
Cultura emprendedora en crecimiento	0,09	3	0,27
Presencia de medios de comunicación	0,06	4	0,24
Adquisición de nueva tecnología	0,12	5	0,6
Amenazas			
Alto número de competencia	0,13	1	0,13
Falta de acceso a recursos financieros	0,15	1	0,15
Leyes y trámites burocráticos	0,06	4	0,24
Impacto negativo de desastres naturales en la infraestructura	0,08	3	0,24
Limitaciones en la cadena de suministro	0,09	3	0,27
Total	1	30	2,93

Fuente: (Marco de análisis e interpretación de resultados)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

La matriz EFE permitió resumir y evaluar información de factores externos, demostrando que se debe aprovechar las oportunidades existentes y minimizar los posibles efectos negativos de las amenazas externas, las oportunidades son superiores a las amenazas con una ponderación de 2,93 puntos, es decir, el ambiente externo es favorable para los emprendimientos en Alausí.

5.1.11. FODA

Una vez realizado el estudio de la situación, tanto interna como externa, se llevará a cabo un análisis FODA, éste se enfoca en identificar las fortalezas y debilidades internas de la organización, las cuales le otorgan ciertas ventajas y desventajas en la satisfacción de las necesidades, además estudiar las oportunidades y amenazas que existen en el entorno externo, factores que están fuera del control de la organización las cuales existen de manera independiente a la empresa.

5.1.11.1. *Análisis interno*

- Fortalezas

Son las características internas de la empresa que facilitan el logro de los objetivos, estas fortalezas permiten adaptarse al entorno social y aprovechar las ventajas, así como enfrentar las posibles amenazas con mayor probabilidad de éxito.

- Debilidades

Características internas que pueden constituir barreras para el cumplimiento de objetivos, estas debilidades impiden aprovechar las oportunidades del entorno social y dificultan la defensa contra las amenazas.

5.1.11.2. *Análisis externo*

- Amenazas

Las amenazas son situaciones en el entorno de la empresa que pueden perjudicar negativamente la consecución de los objetivos, las amenazas representan riesgos para la entidad; es por ello que evaluar estas amenazas es fundamental para poder anticiparse a ellas y tomar medidas para mitigar su impacto o convertirlas en oportunidades.

- Oportunidades

Son escenarios y factores externos a la empresa que pueden beneficiarla y contribuir a la consecución de los objetivos, identificar y aprovechar estas oportunidades pueden ayudar a la empresa a crecer, expandirse o mejorar su posición en el mercado.

Tabla 5-12: Matriz FODA

	Fortalezas - F	Debilidades - D
Factores Endógenos	F1. Fidelidad de los clientes por el consumo local	D1. No existe una evaluación del PRI para tomar acciones correctivas
	F2. Conexión con proveedores locales e interprovinciales	D2. Publicidad deficiente
	F3. Experiencia y conocimiento en el sector	D3. Falta de planificación a mediano y largo plazo
	F4. Diversificación de productos y servicios	D4. Tiempo de vida de emprendimientos relativamente bajo
	F5. Punto de venta en una zona comercial	D5. Falta de programas de capacitación
	Oportunidades - O	Amenazas - A
Factores Exógenos	O1. Crecimiento dinámico del mercado	A1. Alto número de competencia
	O2. Conexión con rutas turísticas que puede incrementar el turismo.	A2. Falta de acceso a recursos financieros
	O3. Cultura emprendedora en crecimiento	A3. Leyes y trámites burocráticos
	O4. Presencia de medios de comunicación	A4. Impacto negativo de desastres naturales en la infraestructura
	O5. Adquisición de nueva tecnología	A5. Limitaciones en la cadena de suministro

Fuente: (Marco de análisis e interpretación de resultados)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

5.1.12. Matriz cuadrática FODA

Una vez establecidos los factores tanto interno como externos de los emprendimientos en el Cantón Alausí, se identificará a través de la matriz cuadrática FODA los factores que servirán para establecer estrategias adecuadas, de esta relación entre variables se obtiene sumas y promedios donde se identificará factores mayores o iguales a 3 y la escala a utilizar para medir las relaciones alta, media y baja es:

- Cuando la relación es alta **5**
- Cuando la relación es media **3**
- Cuando la relación es baja **1**
- Cuando la relación es nula **0**

Tabla 5-13: Matriz cuadrática FODA

		OPORTUNIDADES					AMENAZAS						
		O1	O2	O3	O4	O5	Promedio	A1	A2	A3	A4	A5	Promedio
FORTALEZAS	F1	5	3	0	3	5	3,2	5	1	1	1	3	2,2
	F2	3	0	1	1	5	2,0	5	0	0	1	3	1,8
	F3	5	1	3	0	3	2,4	5	1	0	1	5	2,4
	F4	3	0	1	0	5	1,8	3	3	0	0	3	1,8
	F5	5	1	5	5	5	4,2	5	3	3	0	5	3,2
Promedio		4,2	1,0	2,0	1,8	4,6		4,6	1,6	0,8	0,6	3,8	
DEBILIDADES	D1	5	1	5	0	5	3,2	5	3	1	3	5	3,4
	D2	5	0	0	5	5	3,0	3	1	0	1	5	2,0
	D3	3	1	3	1	5	2,6	5	5	1	3	5	3,8
	D4	3	0	0	1	3	1,4	5	0	0	0	3	1,6
	D5	3	5	1	3	3	3,0	5	3	1	3	5	3,4
Promedio		3,8	1,4	1,8	2,0	4,2		4,6	2,4	0,6	2	4,60	

Fuente: (Marco de análisis e interpretación de resultados)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

5.1.13. Diseño de las estrategias FODA

Tabla 5-14: Diseño de estrategias

<p>ANALISIS EXTERNO/INTERNO</p>	<p>FORTALEZAS</p>	<p>DEBILIDADES</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>1.Crecimiento dinámico del mercado</p> <p>3.Cultura emprendedora en crecimiento</p> <p>4.Presencia de medios de comunicación</p> <p>5. Adquisición de nueva tecnología</p>	<p>ESTRATEGIAS-FO</p> <p>(F1-O5) Adquirir nueva tecnología para ofrecer bienes o servicios con mayor calidad y de esa manera conservar e incrementar la fidelidad de los consumidores.</p> <p>(F5-O5) Utilizar la ubicación en una zona comercial como ventaja competitiva y aprovechar la nueva tecnología existente para atraer un número mayor de clientes.</p>	<p>ESTRATEGIAS-DO</p> <p>(D1-O1) Realizar un análisis del PRI para comparar los resultados esperados con los deseados de esta manera tomar acciones correctivas e identificar oportunidades de crecimiento en un mercado dinámico.</p> <p>(D2-O4) Aprovechar la existencia de medios de comunicación locales para mejorar la publicidad y aumentar el reconocimiento de la marca.</p> <p>(D5-O1) Mediante el crecimiento dinámico del mercado invertir en programas de capacitación que mejoren las habilidades y conocimientos, lo que a su vez mejorará la calidad de los productos o servicios ofrecidos.</p>

AMENAZAS	ESTRATEGIAS-FA	ESTRATEGIAS-DA
<p>1. Alto número de competencia</p> <p>2. Falta de acceso a recursos financieros</p> <p>3. Leyes y trámites burocráticos</p> <p>4. Impacto negativo de desastres naturales en la infraestructura</p> <p>5. Limitaciones en la cadena de suministro</p>	<p>(F5-A1) Implementar innovación en los productos o servicios para diferenciarse, utilizando la ubicación como ventaja competitiva.</p>	<p>(D1-A5) Realizar un análisis del PRI para identificar en cuanto tiempo retornará la inversión para mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de los emprendimientos, además mejorar las cadenas de suministro.</p> <p>(D3-A4) Desarrollar una planificación a mediano y largo plazo que incluya la creación de redes y alianzas estratégicas, lo que ayudará a ampliar la base de clientes y aliados, a su vez prever recursos para afrontar desastres naturales.</p> <p>(D5-A2) Enfocarse en el crecimiento dinámico del mercado para buscar acceso a nuevos recursos financieros.</p>

Fuente: (Marco de análisis e interpretación de resultados)

Realizado por: Garcés, A., 2023.

5.1.14. Planteamiento de Estrategias

Las estrategias planteadas en este estudio se fundamentan en la evaluación detallada de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas identificadas en el análisis FODA previo, con el objetivo de promover el crecimiento sostenible de los emprendimientos en el Cantón Alausí y fortalecer la capacidad competitiva en el mercado local.

La ejecución de las estrategias se realizará con presupuesto asignado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí, Gobierno Provincial de Chimborazo, Asociación de artesanos del Cantón Alausí y Fundación Reina de Alausí.

5.1.14.1. Estrategia 1: Fomentar la asociatividad

Tabla 5-15: Red Asociativa

FOMENTAR LA ASOCIATIVIDAD	
OBJETIVO:	Fomentar la integración de emprendedores locales en una red asociativa empresarial para promover la colaboración, intercambio de experiencias y crecimiento.
META:	Conseguir la integración de al menos el 70% de los emprendedores a la red asociativa, fortaleciendo la colaboración e interacción de los emprendimientos locales.
RESPONSABLE/S:	<ul style="list-style-type: none">• Emprendedores del Cantón Alausí• Coordinadores
TIEMPO:	Permanente
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:	Promoción de la red asociativa entre emprendedores locales, organización de reuniones, facilitación de espacios de colaboración y trabajo conjunto.
RECURSOS:	<ul style="list-style-type: none">• Coordinadores de la red• Material promocional• Plataforma virtual de comunicación
INDICADOR DE CUMPLIMIENTO:	(Número de emprendedores inscritos en la red asociativa/Total de emprendedores objeto de estudio) *100
PRESUPUESTO:	\$ 3.800

Realizado por: Garcés, A., 2023.

En un entorno dinámico y competitivo, es fundamental que los emprendimientos cuenten con estrategias efectivas que les permitan crecer, innovar y alcanzar objetivos de manera sostenible; es por ello que la pertenencia a una red asociativa empresarial se presenta como una oportunidad única para fortalecer la colaboración y acceder a nuevas oportunidades.

- Identificación de miembros potenciales

Realizar un análisis del entorno empresarial para identificar posibles emprendimientos interesados en formar parte de la red asociativa, invitar a emprendedores a participar en reuniones informativas para presentar los beneficios de pertenecer a la red.

- Organigrama estructural de la red asociativa

Un organigrama estructural es fundamental para establecer las relaciones jerárquicas y funcionales dentro de la red asociativa, la comunicación es más simple, se establecen roles y responsabilidades de manera transparente y se perfecciona la coordinación de actividades.



Ilustración 5-5: Diagrama organizacional

Realizado por: Garcés, A., 2023.

- Recepción y afiliación

Crear un procedimiento para unirse que establezca como ser una organización legal, cumplir con las normas de calidad y permitir la adhesión en línea mediante formularios.

- Plataforma de comunicación y colaboración

Implementar una plataforma web que facilite la comunicación entre los participantes, compartir información y oportunidades comerciales, coordinar y planificar actividades.

- Monitorización y evaluación de resultados

Establecer indicadores de desempeño para medir el impacto de la red asociativa en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos; realizar evaluaciones periódicas para identificar áreas de mejora, recolectar información e incorporar estrategias en función de los resultados obtenidos.

5.1.14.2. Estrategia 2: Fuentes de financiamiento

Tabla 5-16: Fuentes de financiamiento

DIVERSIFICACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRENDEDORES	
OBJETIVO:	Facilitar el acceso a diferentes opciones de financiamiento para los emprendedores locales dependiendo del financiamiento requerido.
META:	Lograr que cada emprendedor participante en la red asociativa utilice al menos dos nuevas fuentes de financiamiento diferentes a las que utilizaban previamente.
RESPONSABLE/S:	Instituciones Financieras del Cantón Alausí
TIEMPO:	Semestral
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:	Organización de ferias de financiamiento, charlas informativas sobre opciones de financiamiento, establecimiento de alianzas con entidades financieras y programas de apoyo.
RECURSOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Personal especializado en financiamiento • Espacio para eventos • Material promocional
INDICADOR DE CUMPLIMIENTO:	(Número de emprendedores que optan por nuevas fuentes de financiamiento/Total de emprendedores inscritos en la red asociativa) *100
PRESUPUESTO:	\$ 1.200

Realizado por: Garcés, A., 2023.

Las fuentes de financiamiento son uno de los principales elementos de análisis en los negocios, dado que la diversidad de opciones disponibles permite seleccionar aquella que se ajusta a las necesidades financieras de la organización; en este contexto se presentan algunas alternativas de financiamiento con el objetivo de determinar cuál resulta más idónea para respaldar la estrategia de obtención de nuevos recursos económicos.

- Concursos

Instituciones gubernamentales, organizaciones sin fines de lucro y empresas privadas que ofrecen premios en competencias para empresas emergentes con conceptos innovadores.

- Financiamiento colectivo

Plataformas web que conectan a emprendedores con inversionistas interesados en patrocinar sus proyectos ofreciendo préstamos.

- Financiamiento con proveedores

Ciertos proveedores pueden extender créditos a emprendedores para adquirir bienes o servicios permitiendo la negociación de términos de pago.

- Financiamiento de *factoring*

Las empresas de *factoring* compran las facturas pendientes de pago de un emprendedor a un porcentaje del valor total, proporcionando liquidez inmediata.

- Asociación estratégica

Colaboración a largo plazo con otros emprendimientos o instituciones combinando capacidades y conocimientos para aprovechar oportunidades de mercado, desarrollar nuevos productos, expandirse, obtener financiamiento conjunto o acceso a recursos compartidos.

- Financiamiento mediante leasing

Acuerdos financieros en los que un emprendimiento arrienda un activo a largo plazo a cambio de pagos periódicos, con opción de compra al finalizar el contrato.

5.1.14.3. Estrategia 3: Comercialización

Tabla 5-17: Comercialización

COMERCIALIZACIÓN	
OBJETIVO:	Ayudar a los emprendedores del Cantón Alausí a mejorar las estrategias de comercialización para aumentar las ventas y presencia en el mercado.
META:	Alcanzar un incremento del 20% en las ventas mensuales de los emprendedores.
RESPONSABLE/S:	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendedores del Cantón Alausí • Expertos en Marketing
TIEMPO:	Trimestral
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:	Realización de talleres sobre marketing y ventas, asesoramiento, creación de un logotipo para la red asociativa y adquisición de una plataforma en línea para promocionar los productos.
RECURSOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Personal especializado en marketing • Material promocional • Presupuesto para publicidad
INDICADOR DE CUMPLIMIENTO:	Número de emprendedores que incrementaron sus ventas aplicando la estrategia de comercialización/Total de emprendedores inscritos en la red asociativa) *100
PRESUPUESTO:	Variable según las actividades y campañas a desarrollar \$1.250

Realizado por: Garcés, A., 2023.

Para que los negocios prosperen deben implementar tácticas de marketing sólidas, al crear campañas de marketing, asistir a eventos y formar alianzas; las empresas pueden dar a conocer sus productos y servicios en el mercado local. Esto promueve el crecimiento y la expansión empresarial al mejorar la presencia en el mercado.

- Diseño de campañas de marketing

Implementar campañas de marketing en redes sociales y medios de comunicación locales; crear materiales promocionales como folletos y anuncios en línea para respaldar las campañas.

- Logo de la red asociativa

Un logo es una representación visual clave de la identidad de la red asociativa, al tener un logo distintivo la red puede establecer una imagen profesional, reconocimiento de la marca y atraer posibles colaboradores y miembros.

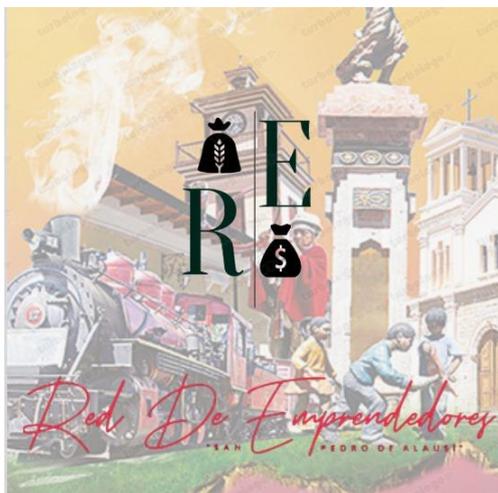


Ilustración 5-6: Logo

Realizado por: Garcés, A., 2023.

- Participación en eventos comerciales
Identificación de ferias y eventos relevantes para la promoción de los productos y servicios de los emprendimientos y organización de eventos de networking para establecer alianzas.
- Alianzas estratégicas y promociones
Identificar posibles alianzas con proveedores locales para ofrecer descuentos o promociones y creación de programas de fidelización para clientes recurrentes.

5.1.14.4. Estrategia 4: Reducción del periodo de recuperación de la Inversión

Tabla 5-18: Reducción PRI

REDUCCIÓN DEL PRI	
OBJETIVO:	Reducir el periodo de recuperación de la inversión para mejorar la rentabilidad y sostenibilidad del emprendimiento.
META:	Disminuir el periodo de recuperación de la inversión en un 20%.
RESPONSABLE/S:	Asesor financiero de la red asociativa Academia

TIEMPO:	Anual
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:	Realizar un análisis de los flujos de efectivo y del periodo de recuperación, identificar oportunidades para acelerar la recuperación como optimización de procesos y mejorar la rotación de inventarios e implementar medidas para reducir el PRI como negociación de plazos de pago con proveedores y generar incentivos a clientes que paguen anticipadamente.
RECURSOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadores de la red • Asesor financiero • Herramientas de análisis de flujo de efectivo
INDICADOR DE CUMPLIMIENTO:	(Número de emprendedores que han logrado disminuir el periodo de recuperación de la inversión/Total de emprendedores inscritos en la red asociativa) *100
PRESUPUESTO:	\$ 1.800

Realizado por: Garcés, A., 2023.

El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) calcula el tiempo que lleva recuperar la inversión y la viabilidad financiera a largo plazo de un emprendimiento; la evaluación periódica del retorno de la inversión permite monitorear el progreso de la recuperación de la inversión lo que permite comparar los resultados esperados y reales.

- Análisis de la situación actual

Realizar un análisis de los flujos de efectivo y del PRI de los emprendimientos que pertenecen a la red asociativa, identificar los factores que contribuyen a un periodo de recuperación prolongado.

-Determinar el flujo de efectivo neto restando los costos y gastos de los ingresos totales y utilizar la fórmula para calcular el periodo de recuperación de la inversión:

$$PRI = A + \left(\frac{b - c}{d}\right)$$

A: Año anterior

b: Inversión inicial

c: Flujo de efectivo acumulado

d: Flujo de efectivo del año en que se recupera la inversión

- Oportunidades de mejora

Identificar oportunidades para acelerar la recuperación de la inversión, como la optimización de procesos internos, gestión de inventarios y negociación de plazos de pago con proveedores.

- Implementación de medidas

Implementar medidas específicas para reducir el periodo de recuperación como incentivos a clientes que paguen anticipadamente, disminución de gastos operativos y la búsqueda de nuevas fuentes de financiamiento con menor tasa de interés.

- Monitoreo y evaluación

Establecer una matriz de monitoreo para evaluar el impacto de las medidas implementadas en la reducción del periodo de recuperación e incremento de la rentabilidad.

5.1.14.5. Estrategia 5: Manejo de un sistema contable básico

Tabla 5-19: Sistema contable básico

SISTEMA CONTABLE BÁSICO	
OBJETIVO:	Capacitar a los emprendedores en el manejo de un sistema contable básico para mejorar la gestión financiera en el negocio.
META:	Conseguir que al menos el 65% de los emprendedores hayan implementado el sistema contable en sus emprendimientos dentro de los primeros 6 meses, lo que representa un incremento en la gestión financiera y transparencia en las operaciones.
RESPONSABLE/S:	Asesor contable de la red asociativa Academia
TIEMPO:	Permanente
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:	Talleres prácticos sobre conceptos contables, asesoramiento en el uso de software, seguimiento y apoyo en la implementación del sistema.
RECURSOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinadores de la red • Material promocional • Plataforma virtual de comunicación
INDICADOR DE CUMPLIMIENTO:	Número de emprendedores que han implementado el sistema contable/Total de emprendedores inscritos en la red asociativa) *100
PRESUPUESTO:	\$ 2.000

Realizado por: Garcés, A., 2023.

El correcto manejo de un sistema contable básico es clave para una gestión financiera eficiente, a través de talleres prácticos y asesoramiento, se busca registrar las operaciones financieras contribuyendo a la transparencia y la salud financiera de los negocios.

- Talleres prácticos y asesoramiento personalizado

Organización de talleres prácticos sobre conceptos contables, asesoramiento personalizado a cada emprendimiento para adaptar el sistema a las necesidades específicas, resolución de dudas y seguimiento de la implementación del sistema contable.

5.1.14.6. Estrategia 6: Capacitación en educación financiera para emprendedores

Tabla 5-20: Capacitación en educación financiera

CAPACITACIÓN – EDUCACIÓN FINANCIERA	
OBJETIVO:	Capacitar a emprendedores del Cantón Alausí en conceptos financieros básicos y herramientas de gestión financiera para mejorar la sostenibilidad y éxito de los emprendimientos.
META:	Lograr que el 80% de los emprendedores participantes en el programa de capacitación demuestre un nivel de conocimiento satisfactorio.
RESPONSABLE/S:	Capacitadores Academia
TIEMPO:	Semestral
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:	Realizar un diagnóstico de necesidades financieras de los emprendedores, talleres presenciales y virtuales, realizar acompañamiento y evaluar el impacto del programa mediante encuestas de satisfacción y pruebas de conocimiento.
RECURSOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitadores con experiencia en finanzas • Material didáctico • Plataforma virtual de aprendizaje • Espacio físico
INDICADOR DE CUMPLIMIENTO:	(Número de emprendedores que asistieron a la capacitación sobre educación financiera/Total de emprendedores inscritos en la red asociativa) *100
PRESUPUESTO:	\$ 2.100

Realizado por: Garcés, A., 2023.

Es fundamental reconocer la importancia de contar con sólidos conocimientos financieros para garantizar la viabilidad y sostenibilidad de los emprendimientos locales, la falta de educación financiera es una de las principales causas del fracaso, por lo que resulta importante brindar a los emprendedores las herramientas necesarias para gestionar sus recursos y tomar decisiones acertadas.

- Diagnóstico de necesidades

Realizar un diagnóstico detallado de las necesidades financieras de los emprendedores para identificar los conocimientos actuales y áreas a mejorar en educación financiera.

- Diseño del programa

Con base en el diagnóstico, se diseñará un programa de capacitación que contendrá temas relevantes que serán adaptados a las necesidades específicas de los emprendedores con módulos teóricos y prácticos.

Los temas que se incluyen en la capacitación sobre educación financiera para emprendedores son los siguientes:

- **Conceptos financieros básicos:** Presupuesto, ahorro e inversión.
 - **Finanzas empresariales:** Ingresos, costos, gastos, flujo de efectivo y rentabilidad.
 - **Planificación financiera:** Creación de un plan financiero para emprendimientos, proyecciones y metas.
 - **Impuestos:** IVA, retenciones y obligaciones tributarias.
 - **Costos y Gastos:** Estrategias para gestionar los gastos y utilizar los recursos financieros de manera eficiente.
-
- Mentoría y seguimiento

Los responsables brindarán apoyo a los emprendedores evaluando su progreso y respondiendo preguntas para garantizar la aplicación efectiva de los conocimientos adquiridos durante la capacitación.

- Evaluación de impacto

Periódicamente se realizarán evaluaciones para medir cómo la capacitación mejora las competencias de los participantes; estas evaluaciones guiarán las mejoras en el programa de capacitación.

5.1.15. Cronograma de estrategias

El cronograma incluye las acciones a realizar, tiempo de ejecución estimado, responsables asignados, impacto esperado y el presupuesto necesario para su ejecución. Este cronograma asegura que cada estrategia se implemente en el momento adecuado y por la persona idónea, así mismo, al incluir el análisis del impacto esperado de cada estrategia se podrá medir de manera concreta los resultados obtenidos y ajustar el plan en caso de requerirlo.

Tabla 5-21: Cronograma de estrategias

ESTRATEGIAS	IMPACTO	RESPONSABLE/S	DURACIÓN	TIEMPO												PRESUPUESTO
				MESES												
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1.Fomentar la asociatividad	Alto	-Emprendedores del Cantón Alausí -Coordinadores	Permanente													\$ 3.800,00
2. Nuevas fuentes de financiamiento	Alto	-Instituciones Financieras del Cantón Alausí	Semestral													\$ 2.400,00
3. Comercialización	Alto	-Emprendedores del Cantón Alausí -Expertos en Marketing	Trimestral													\$ 5.000,00
4. Reducción del periodo de recuperación de la inversión	Alto	-Asesor financiero de la red asociativa -Academia	Anual													\$ 1.800,00
5. Manejo de un sistema contable básico	Alto	-Asesor contable de la red asociativa -Academia	Permanente													\$ 2.000,00
6. Capacitación en educación financiera	Alto	-Capacitadores -Emprendedores -Academia	Semestral													\$ 4.200,00
Total presupuesto anual:															\$ 19.200,00	

Realizado por: Garcés, A., 2023.

CONCLUSIONES

- A través del marco teórico desarrollado sobre investigaciones previas al tema de la presente investigación, se exploró sobre los factores que influyen en el éxito o fracaso de los emprendimientos emergentes. Una teoría clave es la de (McClelland, 1976) que se centra en identificar los rasgos de personalidad de los emprendedores que juegan un papel crucial en el desarrollo de un negocio; otra perspectiva importante es la de (Vesper, 1983) que identifica 4 barreras para el emprendimiento como la falta de conocimiento sobre el mercado, habilidades sobre liderazgo, experiencia técnica y capital semilla. Estas teorías proporcionan un marco sólido para comprender el papel de los factores personales y las barreras externas en el rendimiento empresarial.
- Los factores que provocan el fracaso de los emprendimientos en el cantón Alausí son la falta de financiamiento, no contar con capital semilla para iniciar el emprendimiento, exceso de competencia, disminución de la demanda, nivel de educación de los emprendedores y las ventas bajas, mitigar estos factores mediante la aplicación de estrategias es crucial para incrementar las probabilidades de éxito de los emprendimientos.
- Se concluye que las estrategias propuestas en este estudio tienen el potencial de generar un impacto positivo en la reducción de los índices de fracaso de emprendimientos al ofrecer herramientas que permiten a los emprendedores enfrentar los desafíos de manera más efectiva y aumentar sus posibilidades de éxito a largo plazo; entre estas estrategias se incluyen la capacitación empresarial, el fomento de la colaboración entre emprendedores y la diversificación de fuentes de financiamiento.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere llevar a cabo un estudio colaborativo entre la academia y el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí para investigar las teorías de McClelland y Vesper con el objetivo de identificar los rasgos de personalidad, posibles obstáculos y oportunidades de mejora que influyan en el éxito de los emprendimientos locales. Esta investigación permitirá comprender de manera más profunda como los aspectos inciden en el desempeño emprendedor del Cantón.
- Se recomienda implementar políticas públicas como incentivos fiscales para fomentar la creación de nuevos emprendimientos, creación de un fondo de financiamiento accesible para emprendimientos locales y promoción de alianzas estratégicas entre emprendedores y empresas consolidadas, además, generar vínculos entre el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí y el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo con el fin de efectuar las estrategias propuestas en el estudio con los responsables, tiempo, presupuesto e indicadores de cumplimiento establecidos para fortalecer el entorno emprendedor e impulsar el crecimiento económico del Cantón Alausí.
- Se propone realizar investigaciones futuras en el tema del fracaso de emprendimientos a nivel cuantitativo para analizar el impacto en la economía de Ecuador e investigar como beneficia la educación financiera en la sostenibilidad de los emprendimientos.

GLOSARIO

GEM: Global Entrepreneurship Monitor

TEA: Actividad Emprendedora Temprana

PRI: Periodo de Recuperación de la Inversión

TEA: Actividad Emprendedora Temprana

BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro, Y. (2021). Fracaso en el emprendimiento: ¿Por qué fracasan los negocios en México y cómo evitarlo? *WORTEV*.
- Amador, C. (2022). *El análisis PESTEL The PESTEL analysis*.
- Angulo, E. (2011). Estudio de caso_Política fiscal y estratégica como factor de desarrollo de la mediana empresa comercial Sinaloense. *EUMED*.
- Arias, F. (2012). *l Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. (6th ed.). Episteme.
- Arrieta, V., Cervantes, Y., De la Cruz, L., & López, D. (2021). La importancia del diagnóstico estratégico en las organizaciones. *ECONÓMICAS CUC*, 42(2), 243–254. <https://doi.org/10.17981/econcuc.42.2.2021.Ensy.1>
- Asana. (2022). Análisis de la competencia. *Team Asana*.
- Ávila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Scielo*.
- Bailetti, T. (2012). *Technology Innovation Management Review Technology Entrepreneurship: Overview, Definition, and Distinctive Aspects*. www.timreview.ca
- BBVA. (2019). Recursos de una empresa. *Grupo Financiero BBVA*.
- BCE. (2023). Indicadores Económicos. *Banco Central Del Ecuador*.
- Bejarán, W. (2020). Planeación operativa. *Scribd*.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para la administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (Pearson Educación).
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales (3ra ed.). *Pearson Educación*.
- Blanco, M., & Villalpando, P. (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. *Dykinson*.
- Bombón, D. E., Peñafiel, V. L., & Zamora-Sánchez, R. (2020). Los emprendimientos como modalidad de titulación: un diagnóstico de universidades de la zona 3 del Ecuador
Entrepreneurships as a degree modality: a diagnosis of universities in zone 3 of Ecuador. *Educación • Education • Educação •*, 41. <https://www.revistaespacios.com>
- Calviño, F. (2020). ¿Qué es el emprendimiento y qué se necesita para triunfar? *Shopify*.
- Caneda, C. (2010). *Dirección Estratégica Innovadora*. (M. Martínez, Ed.). Netbiblo.
- Cárdenas, F. (2023). Emprendimiento, características y ejemplos. *Blog.Hubspot*.
- Carrera, J. (2019). “Factores que influyen en el éxito o fracaso de los emprendimientos financiados por la cooperativa de ahorro y crédito Policía Nacional.”
- Casas, J., Repullo, R., & Donado, J. (2003). *La encuesta como técnica de investigación*. . Atención Primaria, 31(8), 527-538.

- Castillo, J., Erazo, D., Paredes, E., & Maldonado, J. (2022). Entrepreneurial Technology and Innovation in the Canton of Alausí. *ESPOCH Congresses: The Ecuadorian Journal of S.T.E.A.M.* <https://doi.org/10.18502/epoch.v2i6.12193>
- Castillo José, E., Peralta Diana, P., Alvarado Edison, M., & Castillo José, E. (2022). Entrepreneurial Technology and Innovation in the Canton of Alausí. *ESPOCH Congresses: The Ecuadorian Journal of S.T.E.A.M.* <https://doi.org/10.18502/epoch.v2i6.12193>
- Castillo, M. (2023). La importancia del emprendimiento en las universidades de América Latina. *The Conversation*.
- Castro, A., Saavedra, M. L., & Camarena, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios- ELSEVIER*, 6(13), 98–107. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009>
- Chandler, A. (2003). *Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise*. Beard Books.
- Chiavenato, I. (2003). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. (Quinta). Graw Hill.
- Colombo, M. G., Luukkonen, T., Mustar, P., & Wright, M. (2010). Venture capital and high-tech start-ups. *Venture Capital*, 12(4), 261–266. <https://doi.org/10.1080/13691066.2010.486153>
- DocuSing. (2023). Estrategias de Ventas. *DocuSing*.
- EBC. (2023). La importancia del emprendimiento en la economía. *Ventana EBC*.
- Escalante, L., & Fray, R. (2018). *Causas del fracaso de los emprendimientos en la ciudad de Guayaquil*.
- Ferreira, F., Jamele, J. M., López, L. F., & Lugo, M. A. (2013). *La movilidad económica y el crecimiento de la clase media en América Latina*.
- Fidias G. Arias. (2012). El proyecto de investigación. In *Episteme* (Primera). EDITORIAL EPISTEME, C.A.
- Formichella, M. (2002). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*.
- Galiana, P. (2023). 10 claves para ser un emprendedor exitoso. *IEBS*.
- Gallegos, H. F., Cevallos, E. A., Herrera, A., Montalvo, A., García, X., & Terán, J. (2022). What Causes the Failure of Enterprises in the City of Riobamba? *ESPOCH Congresses: The Ecuadorian Journal of S.T.E.A.M.* <https://doi.org/10.18502/epoch.v2i6.12203>
- Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? In *Journal of Business Venturing* (Vol. 5).
- Gaytan, J. (2021). Estrategia financiera, teorías y modelos. *Redalyc*, 97–112.
- GEM. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor Argentina*.
- Grant, R. (2004). *Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones* (4th ed.). THOMSON – CIVITAS. .

- Guerrero, M., & Urbano, D. (2012). *The development of an entrepreneurial university. The journal of technology transfer.*
- Gulst, N., & Maritz, P. (2011). "The Paradoxical Nature of New Venture Failure." *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 8.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. *Mc Graw Hill.*
- Hernández, T. (2014). *Administración Estratégica.* Grupo editorial Patria
- Hofer, C., & Bygrave, W. (1992). *Researching entrepreneurship. Entrepreneurship: Theory and practice,*
- Hostgator. (2023). ¿Qué son los stakeholders y cómo identificarlos dentro de tu empresa? *Hostgator México.*
- Ibáñez, M. J. (2020). Reingreso al emprendimiento después del fracaso: Factores que influyen sobre los emprendedores seriales y de segunda oportunidad. *Multidisciplinary Business Review*, 13(1), 31–42. <https://doi.org/10.35692/07183992.13.1.4>
- InBest. (2022). *Claves para conseguir el éxito en tu emprendimiento.*
- INEC. (2023). *Informe Ejecutivo de las Canastas Analíticas.*
- Instituto Geofísico del Ecuador. (2023). Deslizamiento de tierra en el Cantón Alausí. *IGEPN.*
- Jraeconomistas. (2020). *9 diferencias entre empresario y emprendedor.*
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). *La movilidad económica y el crecimiento de la clase media en América Latina.*
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *Estudios del Banco Mundial sobre América Latina y el Caribe Muchas empresas y poca innovación*
- R e s u m e n.*
- Leyva, Y., Cárdenas, M., & Licea, I. (2016). *Mujeres en desarrollo: guía metodológica para la formación de competencias info-comunicativas para el emprendimiento femenino. .*
- Linstone, H., & Turoff, M. (2002). *The Delphi Method.* (Addison-Wesley Pub.).
- Madurga, J. (2022). Estrategias de ventas para superar a tu competencia. *Semrush.*
- Malaga. (2019). Nivel de calidad de un bien o servicio. *Master Malaga.*
- McClelland, D. (1976). *The Achieving Society.* D. Van Nostrand Company.
- Ministerio de Telecomunicaciones. (2023). Informe Educativo de Conectividad. *Telecomunicaciones Ecuador.*
- Moya, D. (2023). Planificación Táctica. *Gestión Fácil.*
- Navarro, J. C., Vargas, F., & López, L. (2022). *Las universidades y su contribución al emprendimiento dinámico: un estudio acerca de su potencial.*
- Negoyempre. (2020). 15 causas del fracaso del emprendedor. *Negocios y Empresa.*
- Next U. (2013). *¿Qué detiene el emprendimiento en América Latina?*
- Noriega, D. (2020). *5 lecciones sobre mi fracaso emprendedor.*

- Obando, R. (2023). Qué es una estrategia financiera: concepto, tipos, ejemplos y pasos. *Hubspot*.
- Ordoñez, P. (2020). Emprendimientos exitos en Ecuador. *EELA*.
- Orozco, C. (2023). Estrategias de Ventas. *Guía Del Empresario*.
- Pardinas, F. (1991). *Metodología y Técnicas de investigación en Ciencias Sociales* (32nd ed.). Paraninfo.
- Peláez, A., Rodríguez, J., Ramírez, S., Pérez, L., Vázquez, A., & González, L. (2013). *LA ENTREVISTA*.
- Pérez, B. (2023). En Alausí sienten el golpe económico de la tragedia. *El Mercurio*.
- Pérez, G. (2022). ¿Qué es y para qué sirve el Alfa de Cronbach? *Linkedin*.
- Piñan, J. (2022). La administración. *Academia*.
- Prieto, E. (2023). ¿Qué es la gestión estratégica y por qué es importante? *Southern New Hampshire University*.
- Pursell, S. (2023a). 10 tipos de emprendedores. *Hubspot*.
- Pursell, S. (2023b). Análisis FODA de una empresa. *Hubspot*.
- Rasheed, H. (2000). *Developing Entrepreneurial Potencial in Youth of Entrepreneurial Education and Venture Creation*.
- RedNew. (2019). *Aprender del fracaso, una necesidad para los emprendedores*.
- Ridenour, C., & Newman, I. (2008). Mixed methods research: Exploring the interactive continuum. . *Southern Illinois University Press*.
- Rivera, H. (2021). *Factores que inciden en el fracaso de los emprendimientos en morelia, Michoacán, México*.
- Roberts, D., & Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*, 45–51.
- Rodriguez-Ulcuango, O., Guerra-Flores, C., Fernandez, G. Q., Ayaviri-Nina, D., & Giner-Pérez, J. M. (2023). Bibliometric Analysis of Determining Factors in Entrepreneurial Intention. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 12(2), 84–93. <https://doi.org/10.36941/ajis-2023-0033>
- Roncancio, G. (2022). Planificación estratégica y para qué sirve. *Pensemos*.
- Ruiz, M. (2020). Análisis PESTEL ¿Qué es y para qué sirve? *Barroeta Consulting* .
- Sáez, C., Contin, I., & Larraza, M. (2007). *Actividad emprendedora, innovación y desarrollo económico en España*.
- Sánchez, Á. (2023). *El turismo post pandemia: caso Alausí, Ecuador*. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 101–122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sánchez, V. (2019). Diseño de estudios transversales. *McGraw Hill*.

- Serrano, L. (2021). Competitividad internacional. *MBA: Economía*.
- Shane, S., & Ventakaraman, S. (2000). «*The promise of entrepreneurship as a field of research*». *Academy of Management Review*.
- Soriano, C. (2009). Los Cinco Pecados Capitales de las Pymes. *SaberPlus*.
- Stevenson, H. (2000). *Why the entrepreneurship has won!*
- Stevenson, H., & Jarillo, J. (1990). A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11–27.
- Tamayo, M., & Tamayo. (2003). *El proceso de la Investigación Científica*.
- Toca, C. (2010). *Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades Estudios Gerenciales* (Vol. 26). Issue 117.
- Torres, M. (2019). Análisis Pestel. *UDGV*.
- Torres Merlo, O. X. (2023). Causas y consecuencias del cierre de los emprendimientos en la ciudad de Ibarra, Ecuador. *Uniandes Episteme. Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 10(3), 377–391. <https://doi.org/10.61154/rue.v10i3.3136>
- Torres, O. X. (2023). Causas y consecuencias del cierre de los emprendimientos en la ciudad de Ibarra, Ecuador. *Uniandes Episteme. Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 10(3), 377–391. <https://doi.org/10.61154/rue.v10i3.3136>
- Trías de Bes, F. (2007). *El libro negro del emprendedor* (2nd ed.). Empresa Activa.
- Universidad Latina de Costa Rica. (2020). Importancia de la estrategia empresarial y su aplicación. *ULATINA*.
- Valdivieso, M. (2023). *Análisis del emprendimiento y su paso al sistema empresarial formal en la provincia de Chimborazo*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Vargas, P., Zúñiga, M. G., & Mullo, M. F. (2020). *Emprendimiento y su relación con el desarrollo económico y local en el Ecuador*. 5, 242–258. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i10.1802>
- Venkataraman, S. (1997). «*The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective*» (J. Katz & R. Brock-Haus, Eds.). *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*.
- Vesper, K. H. (1983). *Entrepreneurship and national policy*. *Carnegie-Mellon University*.
- Viana, D. (2022). Los emprendimientos se consolidan como campo de investigación. *Pesquisa*, 316.
- Villamar, J., González, K., & Morán, D. (2020). *Emprender vs emprender ¿son los emprendimientos una oportunidad de éxito o una salida de la precariedad?* 2, 1–29.
- Villamar, M. (2020). *Factores que inciden en el fracaso de emprendimientos en la ciudad de Daule-Cabecera Cantonal*.
- Viteri, C. (2020). Los emprendedores son clave en la economía de Ecuador. *Enred*.
- Yáñez, S. (2017). 5 claves para el éxito de tu emprendimiento. *Brand Journalism*.

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA APLICADA A EMPRENDEDORES DEL CANTÓN ALAUSÍ



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS



Tema: “Análisis de los factores de incidencia en el fracaso de los emprendimientos del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo, año 2023”.

Objetivo: Recopilar información valiosa y detallada sobre los factores que han llevado al fracaso de los emprendimientos a través de una encuesta, con el fin de diseñar estrategias que promuevan el éxito y la sostenibilidad de los emprendimientos en el Cantón Alausí.

Instrucción: La presente encuesta consta de 15 preguntas estructuradas para fines de investigación y recolección de datos sobre los emprendimientos en el Cantón Alausí, por lo que se pide responder con veracidad, lea atentamente cada una de ellas, revise todas las opciones y elija la alternativa que considere.

Datos Generales:

Género

Masculino	
Femenino	

Edad

Menos de 18 años	
20-29	
30-39	
40-49	
50 en adelante	

Nivel de estudios

Ninguno	
Educación básica	
Bachillerato	
Técnico superior	
Tercer nivel	
Postgrado	

CUESTIONARIO

1. ¿Cuál fue el motivo que le llevó a tomar la decisión de emprender?

Por necesidad

Por oportunidad

2. ¿En qué sector ha logrado desenvolver su emprendimiento?

- a) Comercial
- b) Industrial
- c) Servicios
- d) Producción

3. ¿Qué fuentes de financiamiento ha usado usted para poner en marcha su negocio?

- a) Ahorros personales
- b) Préstamos a terceros
- c) Créditos en instituciones financieras

4. ¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en el mercado?

- a) Menos de 6 meses
- b) De 6 meses a 1 año
- c) De 1 a 5 años
- d) Más de 5 años

5. ¿Cuál es el mayor riesgo que ha enfrentado en su negocio?

- a) Financiamiento
- b) Operaciones
- c) Cambio de preferencias de los clientes
- d) Delincuencia
- e) Otros -----

6. ¿Ha emprendido en más de una ocasión?

Si No

*En caso de que su respuesta sea **NO** pase a la pregunta 9*

7. ¿Cuál fue el motivo por el cual cerró su emprendimiento?

- a) Oferta de trabajo
- b) Ventas bajas
- c) Demasiada competencia
- d) Falta de financiamiento
- e) Otro -----

8. ¿Cuál fue el tiempo de vida de su emprendimiento?

- a) Menos de 1 año
- b) Entre 1 y 5 años
- c) Más de 5 años

9. ¿Considera que la planificación tiene un impacto importante al momento de conseguir el éxito en un emprendimiento?

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

10. ¿En qué medida la falta de financiamiento ha contribuido al fracaso de los emprendimientos en el Cantón Alausí?

- a) Nada
- b) Casi nada
- c) Poco
- d) Más o menos
- e) Mucho

11. ¿Con qué frecuencia asiste a algún tipo de capacitación, taller o asesoría para emprendedores?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Usualmente
- d) Casi nunca
- e) Nunca

12. ¿Qué obstáculo cree que enfrentan con mayor frecuencia los emprendedores en Alausí?

- a) Trámites burocráticos
- b) Falta de acceso a mercados externos
- c) Limitaciones en la infraestructura

13. En su opinión, ¿cuál es la mayor barrera para el crecimiento de un emprendimiento en el Cantón Alausí?

- a) Dificultad para obtener financiamiento
- b) Escasa demanda del mercado
- c) Acceso limitado a tecnología

14. ¿Qué factor cree que tiene el mayor impacto en la sostenibilidad a largo plazo de un emprendimiento?

- a) Imagen de marca
- b) Innovación
- c) Calidad de los productos o servicios ofrecidos

15. ¿Qué necesita mejorar el ecosistema emprendedor del Cantón Alausí para reducir el fracaso de los emprendimientos?

- a) Apoyo de las autoridades locales
- b) Programas de capacitación para emprendedores
- c) Acceso a espacios de trabajo colaborativo

Gracias por su colaboración

ANEXO B: ENTREVISTA REALIZADA A FUNCIONARIOS DEL GOBIERNO PROVINCIAL, GOBIERNO AUTÓNOMO DEL CANTÓN ALAUSÍ Y DOCENTES DE LA ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS



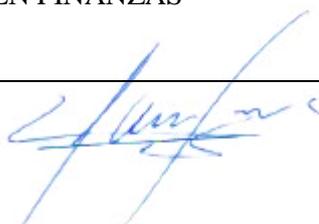
Objetivo: Analizar y comprender las causas subyacentes que han llevado al fracaso del emprendimiento en el Cantón Alausí a través de la aplicación de entrevistas.

1. ¿Podría describir su experiencia y conocimientos en el campo de emprendimiento?
.....
2. ¿Cuál es su perspectiva sobre el un éxito y el fracaso en el contexto de los emprendimientos?
.....
3. ¿Cuáles creen que son los principales desafíos a los que se enfrentan los emprendedores en la actualidad?
.....
4. ¿Cuáles son los factores más comunes que contribuyen al fracaso de los emprendimientos?
.....
5. ¿Cuál es la importancia de la planificación en el éxito de un emprendimiento?
.....
6. ¿Qué papel juega la falta de financiamiento en el fracaso de los emprendimientos?
.....
7. ¿Cuáles son los errores más comunes que cometen los emprendedores al comenzar un negocio?
.....
8. Considera que ¿generar estrategias contribuye a mitigar el fracaso emprendedor?
.....
9. ¿Cuál es el papel que desempeña la institución de educación superior en el apoyo a la formación de emprendedores?
.....



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE LA GUÍA PARA
NORMALIZACIÓN DE TRABAJOS DE FIN DE GRADO

Fecha de entrega: 24 / 06 / 2024

INFORMACIÓN DEL AUTOR
Nombres – Apellidos: ALEXANDRA ELIZABETH GARCÉS MARCATOMA
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
 Ing. Juan Alberto Ávalos Reyes Director del Trabajo de Titulación
 Ing. Olga Maritza Rodríguez Ulcuango Asesora del Trabajo de Titulación