



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

TEMA:

**“FACTORES QUE INCIDEN EN LA SUPERVIVENCIA DE LOS
EMPRESARIOS”**

Trabajo de grado previo a la obtención del título de ingeniería comercial

AUTORES:

Cadena Quelal Jordy Anibal

Villarreal Mira Alexis Ricardo

DIRECTOR:

PhD. Acosta Andino Byron Fabricio

IBARRA, 2020

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de esta investigación es determinar los factores que inciden en la supervivencia de los emprendimientos. Para esto se aplicó una encuesta que constaba de 17 preguntas, las cuales se plantearon en base a literatura encontrada sobre el tema. La encuesta fue aplicada a un total de 52 micro y pequeñas empresas de la ciudad de Ibarra de los sectores comercial, producción, manufactura, de servicios, construcción, agrícola y explotación de minas y canteras, cuya característica principal fue que hayan superado los 3,5 años de funcionamiento. Los resultados muestran que en cuanto a factores internos la mayoría de emprendedores con negocios consolidados son personas de género masculino de mediana edad rango comprendido entre 35 y 44 años, donde el tipo de emprendedor predominante es el que lo hace por oportunidad y que inicia sus operaciones con financiamiento de capital propio; además de utilizar herramientas como la investigación de mercados y el plan de negocios. Respecto a los factores externos se obtuvo que el factor tecnológico es percibido como el de más apoyo e importancia en el macro ambiente, por su parte en el microambiente el más destacable es el factor clientes. Por otro lado, los factores que más obstaculizan la actividad emprendedora son el factor político legal y la competencia en el macro ambiente y microambiente respectivamente. Finalmente, se logró determinar que el tipo de emprendimiento que más ha llegado a consolidarse, en el sector comercial es el que busca mejorar las condiciones actuales de una empresa; mientras que para los otros sectores el tipo de emprendimiento que más se mantiene es el orientado a la creación y constitución de nuevas empresas; además de que un factor clave que incide en la supervivencia de los negocios es el nivel de conocimiento y educación en temas de emprendimiento y gestión.

EXECUTIVE SUMMARY

The objective of this research is to determine the factors that influence the survival of entrepreneurs. For this purpose, a survey consisting of 17 questions was applied, which are based on the theoretical framework. The survey was applied to a total of 52 micro and small enterprises in Ibarra city, in commercial, production, manufacturing, service, construction, mining and quarrying and agricultural sectors, whose main characteristic was that they had been operating for more than 3, 5 years. Results show that in terms of internal factors, the majority of entrepreneurs with consolidated businesses are middle-aged men, between 35 and 44 years old, where the predominant type of entrepreneur is the one who does it by opportunity and starts operations with own capital financing; in addition to using tools such as market research and business plan. With respect to the external factors, the technological factor is perceived as the most supportive and important in the macro environment, while in the microenvironment the most remarkable is the customer factor. On the other hand, the factors that most hinder entrepreneurial activity are the political-legal factor and competition in the macro and micro-environments, respectively. Finally, it was determined that the type of entrepreneurship that has become the most consolidated in the commercial sector is the one that seeks to improve the current conditions of an enterprise; while for the other sectors the most consolidated is the one oriented towards the creation and constitution of new enterprises; Besides a key factor affecting business survival is the level of knowledge and education in entrepreneurship and management.

ACEPTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de representante del **PhD. Byron Fabricio Acosta Andino**, dentro de la Universidad y asignado por las autoridades pertinentes, como director del trabajo de grado presentado por los egresados, **JORDY ANIBAL CADENA QUELAL** y **ALEXIS RICARDO VILLARREAL MIRA**, para optar por el título de **INGENIEROS COMERCIALES**, cuyo tema es: **“FACTORES QUE INCIDEN EN LA SUPERVIVENCIA DE LOS EMPRENDIMIENTOS”**, considero que el presente trabajo, reúne requisitos y méritos suficientes, para ser sometida a la presentación pública.



MSc. Vinicio Guerra Miño

.....
MSc. VINICIO GUERRA MIÑO

REPRESENTANTE – DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401970538		
APELLIDOS Y NOMBRES:	CADENA QUELAL JORDY ANIBAL		
DIRECCIÓN:	La Libertad - Calle Gran Colombia y Jorge Vela		
EMAIL:	jacadenaq@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	2212016	TELÉFONO MÓVIL:	0959235125

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	FACTORES QUE INCIDEN EN LA SUPERVIVENCIA DE LOS EMPRENDIMIENTOS
AUTOR (ES):	JORDY ANIBAL CADENA QUELAL ALEXIS RICARDO VILLARREAL MIRA
FECHA: DD/MM/AAAA	14/05/2020
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO COMERCIAL
ASESOR /DIRECTOR:	PHD BYRON FABRICIO ACOSTA ANDINO

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 11 días del mes de junio de 2020

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Jordy Cadena



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401969555		
APELLIDOS Y NOMBRES:	VILLARREAL MIRA ALEXIS RICARDO		
DIRECCIÓN:	Barrio San Isidro- La Libertad - Carchi		
EMAIL:	arvillarrealm@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0989884750

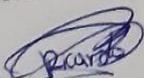
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	FACTORES QUE INCIDEN EN LA SUPERVIVENCIA DE LOS EMPRENDIMIENTOS
AUTOR (ES):	JORDY ANIBAL CADENA QUELAL ALEXIS RICARDO VILLARREAL MIRA
FECHA: DD/MM/AAAA	14/05/2020
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA COMERCIAL
ASESOR /DIRECTOR:	PHD BYRON FABRICIO ACOSTA ANDINO

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 11 días del mes de junio de 2020

EL AUTOR:


(Firma).....
Nombre: Alexis Villarreal

INDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	1
EXECUTIVE SUMMARY	2
Introducción	8
1. Objetivos.....	10
1.1. General	10
1.2. Específicos	10
2. Pregunta de investigación	10
3. Marco teórico.....	10
3.1. Características del emprendimiento y emprendedor.....	10
3.2. Entorno emprendedor	15
3.2.1. Factores internos (micro entorno)	16
3.2.2. Factores externos (macro entorno).....	21
3.3. Emprendimientos exitosos y sus factores	25
4. Procedimientos metodológicos	28
4.1. Enfoque y alcance del estudio	28
4.2. Unidad de análisis.....	28
4.3. Diseño de la encuesta.....	29
4.4. Procedimientos de recolección de datos	30
5. Análisis y discusión	32
Conclusiones.....	49
Recomendación	51
Bibliografía.....	52
ANEXOS	57

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de emprendimiento.....	11
Tabla 2. Tipos de emprendedor.....	14
Tabla 3. Características del emprendedor.....	15
Tabla 4. Motivos para emprender.....	20
Tabla 5: Empresas encuestadas.....	32
Tabla 6: Análisis t-student de las características personales.....	36
Tabla 7: Prueba t-student para el nivel de apoyo de factores externos macro ambiente.....	41
Tabla 8: Prueba t-student para el nivel de apoyo de factores externos micro ambiente.....	43
Tabla 9. Prueba t de student del nivel de conocimiento de factores externos micro ambiente.....	45
Tabla 10: Prueba t de student del nivel de competencias de los emprendedores.....	49

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: De emprendedor a empresario.....	13
Figura 2: Género.....	32
Figura 3: Edad.....	33
Figura 4: Formación académica.....	34
Figura 5: Nivel de educación en emprendimiento.....	34
Figura 6: Tipos de emprendedores por sectores.....	35
Figura 7: Nivel de características personales.....	36
Figura 8: Forma de financiamiento según sector.....	37
Figura 9: Nivel de endeudamiento.....	38
Figura 10: Plazo de financiamiento.....	38
Figura 11: Aplicación de herramientas para emprender.....	39
Figura 12: Nivel de apoyo de los factores externos del macro ambiente.....	40
Figura 13: Nivel de conocimiento de factores externos del macro ambiente.....	42
Figura 14: Nivel de apoyo de factores externos micro ambiente.....	43
Figura 15: Nivel de conocimiento de factores externos micro ambiente.....	44
Figura 16: Tipos de emprendimiento.....	46
Figura 17: Motivos para emprender.....	47
Figura 18: Nivel de competencias.....	48

Introducción

Actualmente el emprendimiento tiene un rol muy importante en la economía a nivel mundial, este término ha venido tomando fuerza en los últimos años en nuestro país, es así que según el GEM (2017) Ecuador se encuentra en el primer lugar dentro de un ranking de 54 países a nivel mundial en cuanto a la tasa de emprendimientos nacientes; sin embargo, este dato se ve contrastado en dicho informe ya que el país ocupa el cuarto lugar del ranking en el indicador de cierre de negocios. Según el INEC (2017) el 98% de las empresas a nivel nacional son de estructura micro y pequeña, rango en el cual se encuentran los emprendimientos reflejándose de esta manera la importancia que tienen éstos para la economía del país. En la provincia de Imbabura 8 de cada 10 negocios cerrados son nuevos emprendimientos mientras que los 2 restantes corresponden a negocios consolidados (La Hora, 2016). En Ecuador uno de los factores que fomenta el emprendimiento es el factor fuerza laboral, pero no de forma positiva sino por el contrario, por su mal estado (GEM, 2017), ya que en el país la tasa de desempleo nacional es del 4.4% (INEC, 2018), lo cual impulsa la creación de emprendimientos por necesidad.

El emprendimiento se define como la actividad que involucra el proceso de creación de nuevas empresas, el re potenciamiento de las actuales y la expansión de las firmas en los mercados globales, entre otros aspectos clave (Cueva, 2007); existen diferencias entre las tipologías de emprendimiento, debido a que cada una realiza un análisis desde diferentes perspectivas (Moya & Santana, 2016), una de las más utilizadas es la que plantea Gutterman (2015), quien señala que dos de las categorizaciones más importantes y populares en la actualidad es la distinción que se ha hecho entre emprendedores “push” and “pull” y entre los emprendedores "basados en la necesidad" y "basados en la oportunidad". Para que se lleve a cabo el proceso emprendedor debe existir un ecosistema, el cual hace referencia a una serie de factores que determinan el desarrollo de los emprendimientos (Sepúlveda & Reina, 2013), en este sentido Isenberg (2010)

plantea que un ecosistema de emprendimiento está compuesto por las siguientes dimensiones: políticas, finanzas, cultura, servicios, capital humano y mercados.

Un estudio realizado en Colombia que buscaba caracterizar el ecosistema de emprendimiento en la Subregión del Bajo Cauca, así como, analizar los factores relevantes en la sostenibilidad de los emprendimientos encontró que los factores determinantes para la supervivencia son: el motivo de creación, plan de negocios, oferta de productos, forma jurídica, endeudamiento, reinversión, ubicación y sector económico.(Sepúlveda & Reina, 2013); por otra parte una investigación realizada en Ecuador, donde se entrevistaron a emprendedores de todo el país con el fin de determinar los factores de éxito de los emprendimientos y las características distintivas de los emprendedores reflejo como resultados que se incrementa significativamente la probabilidad de que una empresa se comporte como dinámica cuando quién la dirige elabora un plan de negocios, recibe apoyo de consultoras y acude a colegas con experiencia.(Arteaga & Lasio, 2009); Según la investigación realizada por el GEM (2017) que tiene como uno de sus principales objetivos analizar los factores (éxito o fracaso) que determinan los niveles de actividad emprendedora en el Ecuador, arrojó como resultado que en el 2017 los factores que más fomentan el emprendimiento en el país son la educación en emprendimiento, la infraestructura comercial y profesional, y la normas culturales y sociales, mientras que los factores que más restringen son las políticas gubernamentales y el apoyo financiero.

En base a este contexto el objetivo de esta investigación es determinar los factores que inciden en la supervivencia de los emprendimientos de la ciudad de Ibarra. Dada la poca presencia de estudios relacionados al tema en la localidad se resalta la importancia de llevar a cabo esta investigación. El trabajo está estructurado de la siguiente forma, la primera parte presenta la revisión de la literatura, identificando los aspectos más relevantes en relación al tema estudiado; la parte dos muestra los procedimientos metodológicos; la tercera parte presenta el análisis y discusión; y finalmente en la parte cuatro se desarrollan las conclusiones de la investigación.

1. Objetivos

1.1.General

- Determinar los factores que inciden en la supervivencia de los emprendimientos.

1.2.Específicos

- Identificar los factores internos que determinan la sostenibilidad de los emprendimientos.
- Establecer los factores externos que influyen en la supervivencia de los emprendimientos.
- Determinar los tipos de emprendimiento que llegan a consolidarse.

2. Pregunta de investigación

¿Cuáles son los factores que inciden en la supervivencia de los emprendimientos?

3. Marco teórico

3.1. Características del emprendimiento y emprendedor

El emprendimiento es uno de los conceptos que ha venido tomando fuerza desde comienzos del año 2000, tanto en el ámbito productivo como educativo, al hacer referencia a este término se habla de una actitud propia del ser humano que engloba características como la creatividad, perseverancia, capacidad de asumir riesgos, y una actitud positiva para así aplicar al campo de la creación de empresas e incluso sobrepasar esos límites (EKOSNEGOCIOS, 2015).

El emprendimiento se considera como una opción estratégica para organizaciones públicas y privadas que ayuda a disminuir la tasa de desempleo, la creación de nuevas empresas auto sostenibles e incentivar a las nuevas generaciones a participar en él (Herrera, 2012). El emprendimiento empresarial es una competencia profesional con una inclinación hacia la propuesta de iniciativas para la constitución empresarial; es decir, permite al emprendedor ser

capaz de concretar la idea de crear una empresa mediante el aprovechamiento de una oportunidad de negocios (Julca, 2011). Este término se refiere al deseo de innovar y espíritu mercantil de una persona que genera ideas con visión y tolerancia al riesgo, donde busca aprovechar oportunidades y recursos que le permitirán desarrollarse como un emprendedor (Guti, 2007). Si bien es cierto para algunas personas es un término nuevo o que ha tenido su auge en décadas recientes, para Julca (2011) quien ha realizado un análisis histórico del concepto emprendimiento, dice que esta característica como tal siempre ha estado presente a lo largo de toda la historia de la humanidad, ya que el emprendimiento no es más que la capacidad que los seres humanos tienen para salir adelante de manera novedosa y con nuevas ideas.

Según Silva (2015) el emprendimiento se puede considerar como una actitud y aptitud personal que se asume para enfrentar nuevos retos o proyectos en busca de nuevas y mayores metas. Como podemos apreciar en los conceptos anteriores este término tiene una concepción muy amplia y difícil de determinar en una sola definición; sin embargo, muchos expertos coinciden en que está enfocado en la generación de ideas y al deseo de innovar para solucionar problemas como el desempleo o para aprovechar oportunidades que se presentan (Tabla 1).

Tabla 1. Tipos de emprendimiento

El emprendimiento para la constitución empresarial
Concreta la idea de crear una empresa aprovechando una oportunidad de negocios mediante un proyecto de constitución empresarial.
El emprendimiento para el establecimiento empresarial
Consiste en ejecutar lo establecido en el proyecto de constitución empresarial con fines de ponerlo en el mercado.
El emprendimiento para mejorar las condiciones actuales de una empresa
Cuando se quiere mejorar el proceso productivo o de prestación de servicio, de una empresa que ya se encuentra insertada en el mercado de bienes o servicios, según corresponda.

Fuente: Julca (2011).

El término emprendedor representa un sinnúmero de perspectivas y conceptos por lo que llegar a un consenso en donde se interprete de manera global su definición es complejo así que se cita a diferentes autores que permitan comprender de mejor manera la esencia del emprendedor. Un emprendedor “es la persona que busca e identifica una oportunidad de negocio, realizando una nueva propuesta de valor para los clientes, y crea o desarrolla un negocio asumiendo sus riesgos inherentes” Duarte (2007, p. 47).

Las altas tasas de mortalidad en los emprendimientos, demuestran lo complicado que es el proceso de poner en marcha y mantener una nueva empresa, tasas que en algunos países llegan a alcanzar hasta el 80% en los tres primeros años (OCDE & CEPAL, 2013), en base a este contexto se puede decir que el rol del emprendedor adquiere gran importancia y admiración, ya que este individuo es quien toma el riesgo que implica todo el proceso de emprender (Morales-Gualdrón, Silvia; Pineda, 2015). Una de las cualidades o características clave de un hombre de negocios o empresario para Julca (2011), aparte de la organización y gestión empresarial, es el ser emprendedor.

En el contexto del Ecuador según el GEM (2017) mantiene la tasa de actividad emprendedora temprana es la más alta entre los países de Latinoamérica y el Caribe estando incluso por encima del promedio de las economías en eficiencia, sin embargo, este indicador ha venido decayendo gradualmente desde el año 2013. En los últimos 10 años en el Ecuador no se han mostrado cambios sustanciales en materia de emprendimiento, además de esto el país posee una de las tasas de emprendimiento por necesidad más altas de Latinoamérica, pudiendo afirmar que la mayoría de los emprendedores ecuatorianos son autoempleados (GEM 2017)

Para Schnarch Kirberg (2014) un emprendedor se va transformando en empresario ya que éste es capaz de identificar problemas o necesidades para los que puede generar ideas para solucionarlos materializándolas en bienes o servicios que comercializará por medio de una

empresa. Al momento que la empresa desarrolla sus actividades y alcanza sus objetivos iniciales empieza a consolidarse, dicho emprendedor comienza a transformarse en empresario el cual desempeña funciones directivas y de gestión (Figura 1).

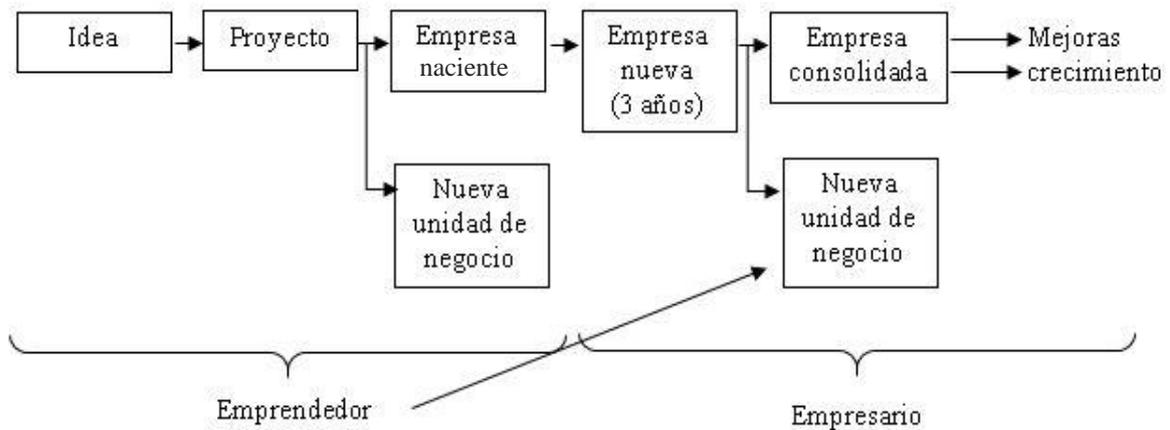


Figura 1. De emprendedor a empresario

Fuente: EOI (2013)

Otro autor afirma que el emprendedor es una “persona que enfrenta el reto de crear, inventar o descubrir nuevas formas de hacer las cosas, para lograr un determinado objetivo. Este objetivo puede ser filantrópico, ecológico, empresarial, entre otros” (Baanante, 2004, p. 34) .Según Ribeiro y Roig citado por (Reinoso Lastra & Serna Hernández, 2016, p. 21)

Existen tres fundamentos para explicar la aparición de la actividad empresarial. El primero se centra en el individuo, como atributo del ser humano, el segundo, destaca los factores del entorno económico que incentivan y hacen posible la actividad empresarial y, el tercer factor está unido al funcionamiento de las instituciones, la cultura, los valores de la sociedad.

Julca (2011) propone un concepto diferente, éste dice que el emprendedor o emprendedora es aquella persona que se enfrenta con resolución, con ímpetu y gran voluntad a acciones difíciles en el ámbito personal, profesional y de negocios, aunque también afirma que el término emprendedor tiene un enfoque más específico en el mundo de la economía y los negocios ya que dice estar referido a aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico. Existen diferentes tipologías sobre los emprendedores debido a las diversas perspectivas que

consideran los autores, según Alcaraz (2011) se puede clasificar a los emprendedores de la siguiente manera (Tabla 2):

Tabla 2. Tipos de emprendedor

Según la razón por la que emprenden:

Por aprovechar una oportunidad, es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido, o porque tienen una buena idea y desean desarrollarla por el gusto de verla hecha realidad.

Por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable, es el caso si está desempleado, ya sea porque acaba de ser despedido o porque ha decidido independizarse y requiere obtener algún ingreso económico.

Según el tipo de empresa que desarrollan:

El emprendedor social busca, a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir un cambio social en beneficio de un sector de la población, en general lo hace sin tener fines de lucro.

El emprendedor que busca destacar en cierta área y ser modelo para otros; por ejemplo, en las artes, el deporte o la política.

Si el individuo emprende dentro de una empresa que no es la suya se le llama emprendedor interno (intrapreneur) y si lo hace en su propio negocio con fines de lucro es un emprendedor externo (entrepreneur), puede comenzar desde cero, adquirir una empresa ya existente o comprar una franquicia, fabricar productos, ofrecer servicios o sólo comercializar de forma diferente a la tradicional un producto que ya existe.

Fuente: Alcaraz (2011).

En la investigación de García del Junco (2007) se afirma que un emprendedor nace y también se hace, para concluir en esta situación se determinó diferentes características que poseen los emprendedores desde edades tempranas como la adolescencia o pubertad y otras que las adquieren en base a experiencias y educación más enfocada. Entre las características más importantes están: la creatividad, la voluntad, buena gestión, la ambición, el sacrificio y la aceptación del riesgo; estas constituyen parte fundamental del espíritu emprendedor que poseen los empresarios de éxito.

Algunos autores señalan también las características propias de un emprendedor como un factor que incide en el desarrollo de la nueva empresa, si bien se afirma que el emprendedor no nace sino se hace (Pasola et al., 2012), por otro lado Alcaraz (2011) en su libro El emprendedor de

éxito, señala las siguientes como las principales características que un emprendedor debe poseer (Tabla 3).

Tabla 3. Características del emprendedor

Factores motivacionales	Necesidad de logro Necesidad de reconocimiento Necesidad de desarrollo personal Percepción del beneficio económico Necesidad de independencia Necesidad de afiliación o ayuda a los demás Necesidad de escape, refugio o subsistencia
Características personales	Iniciativa personal Capacidad de decisión Aceptación de riesgos moderados Orientación hacia la oportunidad Estabilidad emocional/autocontrol Orientación hacia metas específicas Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre
Características físicas	Energía Trabaja con ahínco
Características intelectuales	Versatilidad/flexibilidad Creatividad/imaginación/innovación Búsqueda de la verdad e información Capacidad para analizar el ambiente Visión comprensiva de los problemas Planificación con límites de tiempo
Competencias generales	Liderazgo Orientación al cliente Capacidad para conseguir recursos Gerente/administrador de recursos Dirección y gestión de la empresa Red de contacto Comunicación

Fuente: Julca (2011)

3.2. Entorno emprendedor

El entorno, sin importar la actividad que vaya a desempeñar siempre tendrá una influencia por distintos factores los cuales provocarán diferente impacto según el negocio que se realice. Ciertas características del entorno que se presentan en una actividad pueden generar una influencia distinta en otra dependiendo incluso del período de tiempo en el que se encuentren por lo que sus efectos pueden variar. Es recomendable conocer la importancia de los factores en un período pasado para poder predecir su importancia en un futuro (Moreno, 2016), este autor clasifica al entorno en dos categorías: macro entorno (factores externos) y micro entorno (factores internos).

3.2.1. Factores internos (micro entorno)

Según Sepúlveda & Reina (2013) los factores internos tienen relación con las características propias de los emprendimientos y pueden ser determinantes para su posicionamiento y sostenibilidad en el mercado, como tamaño, crecimiento, nivel de endeudamiento, entre otros.

El factor tamaño ha sido profundamente estudiado en la literatura; sin embargo, no se ha podido llegar a un consenso entre los diferentes autores (Sepulveda & Reina, 2013), es así que por una parte se plantea que el tamaño inicial de la empresa, no tiene incidencia sobre la supervivencia de la misma (Arias, Jung, & Peña, 2007). Por su parte Martínez (2006) menciona que las empresas entrantes presentan mayores dificultades para consolidarse en los mercados si su tamaño inicial es pequeño; es decir, existe una directa relación entre el tamaño inicial de la empresa y las probabilidades de su supervivencia. La literatura indica que mientras menor sea el tamaño de la empresa, mayor es la probabilidad de que esta cese sus actividades antes de cumplir los 5 años de funcionamiento, es así que las grandes empresas son las de mayor supervivencia empresarial debido a la consistencia y fuerza con que ingresan al mercado (Arias & Quiroga, 2008); mientras que por otro lado las micro y pequeñas empresas, en base a su menor tamaño, generalmente son más débiles y pueden fracasar ante eventos adversos del entorno, debido a limitantes tanto técnicas como competitivas (Crespi, 2003), en el Ecuador el 98% de las empresas a nivel nacional son de estructura micro y pequeña, rango en el cual se encuentran los emprendimientos INEC (2017), es importante recalcar que en la provincia de Imbabura 8 de cada 10 negocios cerrados son nuevos emprendimientos La Hora (2016).

Por lo cual Sepúlveda & Reina (2013) concluyen que es adecuado pensar que el tamaño afecta la supervivencia de las empresas, en este sentido, el ideal del tamaño para una empresa naciente sería aquel que pueda cubrir la demanda actual y que permita realizar inversiones escalonadas para cubrir la demanda futura, un factor relacionado con el tamaño de la empresa es la personería que se adopte, es decir, si un emprendimiento en temprana edad adopta un tipo de

estructura jurídica puede resultar en una situación limitante ya que según Reina, Sepúlveda, & González (2016) demostraron que para una forma de constitución diferente a la de persona natural es difícil cubrir las erogaciones generadas por sus bajos volúmenes de operación.

Otro factor importante a tomar en cuenta es el financiamiento del emprendimiento, en una empresa pequeña existe gran dificultad para generar suficiente capital para crecer o superar dificultades financieras (Arias et al., 2007), esto concuerda con lo que plantea Peña (2002) quien dice que las pequeñas empresas enfrentan problemas debido a la falta de recursos financieros, a las fuentes inadecuadas de financiamiento, a las fuentes limitadas de capital además de un alto endeudamiento lo que ocasiona una alta carga de deuda económica.

Para Velázquez (2006) el nivel de endeudamiento o apalancamiento tiene una relación directa con el riesgo de la empresa y su supervivencia, ya que el costo del endeudamiento y su nivel representan un factor clave de riesgo para la organización; el intenso uso de endeudamiento provoca aumento significativo en sus obligaciones financieras reflejado por un efecto negativo que se evidencia con la disminución de su rentabilidad económica.

Existen resultados muy contradictorios acerca de este factor, algunas investigaciones muestran que una mayor proporción de capital propio puede o podría dar un referente positivo ante entidades financieras dando esto como resultado mayor accesibilidad a créditos de la empresa creada para apalancar su crecimiento (Alonso & Galve, 2008). En un estudio español se identificó que la fuente de financiación con capital propio es la más utilizada, luego se encuentra a la financiación con crédito de entidad financiera, en dicho estudio se comparó a empresas que cerraron versus las que aún siguen sus operaciones y se identificó que las que se financian principalmente con capital propio y/o capital de la familia tienen mayor probabilidad de sobrevivir (Pasola et al., 2012).

Por su parte Arias et al. (2007) indican que la forma de apalancamiento; es decir, las fuentes que use para financiarse la empresa, son un factor clave para la permanencia de esta en el mercado, es por eso que concluyen que los emprendedores que poseen un mayor poder financiero al inicio de sus operaciones prolongan la existencia de la empresa. Igualmente resaltan el tema de plazos de los apalancamientos afirmando que, una deuda con una fuente de corto plazo desencadena con mayor incidencia en el cierre de las empresas. Sin embargo, los dos contrastes del factor deuda pueden ocasionar resultados poco positivos para la creación de nuevos emprendimientos, valores extremos en los niveles de endeudamiento ya sean estos muy elevados o minúsculos, exponen o desencadenan el cierre de los emprendimientos (Reina, Sepúlveda, & González, 2016). En el contexto de nuestro país, uno de los principales obstáculos que señalan los emprendedores es la dificultad de acceso a fuentes de financiamiento, más del 80% de los emprendimientos inician sus negocios con capitales inferiores a los \$ 10.000, dinero que en gran parte proviene de familiares, amigos y conocidos (GEM, 2016).

Uno de los factores que tiene gran influencia en el desarrollo de los emprendimientos es el nivel de formación; es así que se afirma que los pilares básicos que deben sustentar todo proyecto emprendedor son la formación, experiencia vital y profesional y las habilidades personales adquiridas (Pasola et al., 2012). Para Aranguren, Larrea & Peña (1999) uno de los factores más relevantes en la sostenibilidad de una nueva empresa es la cantidad y calidad de conocimiento adquirido, el grado de aprendizaje y productividad, por lo que afirman que hay mayores probabilidades de alcanzar el éxito empresarial en la medida en que su capital humano sea más abundante y productivo.

Se menciona que si bien es cierto algunas habilidades y competencias son innatas en los emprendedores, la formación y capacitación es necesaria para adquirir conocimientos y capacidades fundamentales para la gestión de sus empresas (Sepulveda & Reina, 2013), es así

que la inasistencia a cursos de formación , carencia de un título universitario e incluso el hecho de no haber desempeñado un cargo directivo o de gestión son detonantes para que se dificulte de gran manera la consecución de los objetivos iniciales planteados por el emprendedor (Aranguren et al., 1999).

En este contexto uno de los principales estudios a nivel mundial en materia de emprendimiento, como lo es el GEM (2017), resalta la importancia del nivel educativo en esta actividad, es así que en esta investigación se define claramente dos componentes para el factor educación y entrenamiento, uno de ellos la educación en emprendimiento en la educación básica y por otro lado la educación en emprendimiento en niveles postsecundarios, es decir educación superior en distintos niveles, entendiendo como educación en emprendimiento el grado de capacitación en crear o administrar pequeños y medianas empresas se incorpora dentro del sistema de educación y entrenamiento en los distintos niveles.

Se plantea que existe una relación entre el nivel de motivación para emprender con el nivel de educación de una persona, indicando que las personas que están motivadas para convertirse en empresarios es porque tiene un deseo de riqueza y necesidades de crecimiento y autonomía, por lo que se señala que las personas con niveles de educación más bajos tienen menos probabilidades de estar motivados para convertirse en empresarios y por lo general son menos exitosos que aquellos que poseen niveles de educación superiores (C. Canedo, L. Stone, L. Black, & M. Lukaszewski, 2014).

Según el GEM (2016) más de la mitad de emprendedores de nacionalidad ecuatoriana están entre los 25 y 44 años de edad, en cuanto al tema de genero se menciona que la incorporación de mujeres a esta actividad es cada vez más significativa. Sin embargo, existe una diferencia muy marcada entre los motivos para emprender entre uno y otro género, por su parte las mujeres son orientadas más por la necesidad, mientras que por otro lado los hombres emprenden

primordialmente por oportunidad; según el estudio una u otra motivación es directamente proporcional al nivel de educación que se tenga. La investigación también demuestra, que los emprendedores del Ecuador que se lanzan al mercado en base a una oportunidad superan el doble en número de emprendedores que lo hacen por necesidad. Entre los principales motivos que promueven el emprendimiento están los que se muestran en la Tabla 4:

Tabla 4. Motivos para emprender

Oportunidades de inversión.	Las cuales se dan como resultado de la promoción de la inversión pública y privada en el desarrollo de infraestructura básica y puesta en valor de determinados recursos.
Oportunidades de negocios.	Principalmente el negocio se constituye por la oportunidad, y al igual que una empresa también puede abarcar actividades, sistemas o métodos que permitan obtener dinero a cambio de ofrecer algún beneficio.
Las demandas insatisfechas.	El emprendedor forma parte de la sociedad y no puede aislarse de ella, ante una demanda en la población aun no cubierta, el emprendedor busca cubrir dicha demanda mediante la constitución de una empresa orientada a cubrir la demanda en cuestión.
El desarrollo profesional.	Por lo general los futuros profesionales mediante cursos de formación básica, general o profesional, dependiendo de su área, desarrollan competencias de empresario; y debido a dicha formación, el profesional considera como parte de su pleno desarrollo, el aspecto empresarial.
Aumento en la aceptación de un bien o servicio.	El cual genera actividades y acciones orientadas a obtener el máximo provecho de una determinada coyuntura; por ejemplo, la aceptación de la comida típica de un lugar es un factor importante para el emprendimiento empresarial en ese rubro.

Fuente: Julca (2011).

Un factor clave para la supervivencia de un emprendimiento es sin duda la utilización de herramientas que permitan tener una visión previa y un objetivo con estrategias que permitan su alcance, aunque no certifiquen de manera segura que se alcance el éxito, reducen significativamente la probabilidad de fracasar al momento de emprender ya que ayudan a contextualizar el entorno donde se pretende iniciar (Reina, Sepúlveda, & González, 2016).

Varios autores consideran a la realización de un plan de negocios como un factor determinante para iniciar actividades de emprendimiento como (Herrera, 2012) que concluye en que los emprendedores buscan utilizar herramientas que les permita obtener información realmente útil por lo que se interesan en aspectos como la creación de empresas o el plan de negocios. El plan de negocios es un documento escrito, formal que presenta una secuencia lógica, sucesiva,

sensata y análoga el cual incorpora detalladamente las actividades que deberá ejecutar el personal de la empresa para cumplir determinados objetivos y estableciendo mecanismos para controlar su cumplimiento (Publishing, 1994).

La investigación de mercados es otra herramienta que permite al emprendedor realizar un análisis del mercado al que se va a incorporar, para de esta manera minimizar el riesgo al tomar decisiones de inversión, enfocándose mayormente en el cliente, la demanda existente, preferencias y estrategias para llegar al mismo (Campoy, 2005). Una herramienta importante a la hora de emprender es la planeación estratégica, la misma que le permite al emprendedor adelantarse al futuro y prever las oportunidades y los riesgos o amenazas que se puedan presentar, de esta manera puede tomar diferentes decisiones y diseñar así una estrategia para alcanzar su objetivo con metas preestablecidas (Bonilla, 2007).

A la hora de tomar decisiones y diagnosticar el entorno tanto interno como externo se debe tomar en cuenta el análisis FODA que permite sintetizar este entorno de manera clara y sencilla en cuatro aspectos clave para su análisis: Fortalezas y Debilidades como los factores internos y Oportunidades y amenazas como factores externos de esta manera se puede tomar mejores decisiones y orientarlas a cumplir con los objetivos establecidos (Alizo, Graterol, & Hernández, 2007).

3.2.2. Factores externos (macro entorno)

Aquí se encuentran todos los factores externos a los que el proyecto o empresa se ve sujeto y de los cuales no se puede ejercer un control directo. Para analizar estos factores autores como Yáñez y Pazmiño los describen principalmente mediante el análisis PEST y el análisis FODA. El primero nos presenta factores externos que inciden en el negocio: políticos, económicos, sociales y tecnológicos. Al analizar estos factores el emprendedor o el empresario podrá reconocer tanto oportunidades y amenazas que puedan ser claves para el desarrollo de su

proyecto. En cuanto al análisis FODA, permite determinar tanto factores internos como externos y establecer fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas. Los factores externos se dividen en dos grupos: los del macro ambiente (PEST) y los del micro ambiente (Taipe Yáñez & Fabian Pazmiño, 2015).

El macro ambiente se compone por los factores políticos que pueden restringir o impulsar los proyectos, esto depende de cada país e incluso cada provincia. Estos factores se pueden relacionar en aspectos como: política fiscal, normas de comercio exterior y sus limitaciones, régimen legal sobre cumplimiento de contratos, marco legal en cuanto al empleo, estabilidad política, entre otros. El GEM (2017) indica que estos factores son considerados una restricción a nivel de los emprendedores del Ecuador ya que involucran elementos como la inseguridad jurídica, cambios constantes en materia tributaria, incertidumbre y desconfianza por la inestabilidad presente.

En cuanto a las políticas que se deben tomar por parte de las autoridades, éstas deben ser adoptadas en base al contexto social y cultural de cada localidad con el fin de que el apoyo al desarrollo empresarial sea realmente efectivo (León Mendoza, 2018), este factor puede ser muy importante para los emprendedores, ya que incentiva y promueve su actividad al generar dinamismo en la economía, puesto que el emprendimiento se puede implementar como una solución a problemas de la sociedad como el desempleo generando plazas de trabajo alternativas pero que se deben de apoyar dado que si las políticas tomadas por los gobiernos no impulsan esta actividad, con incentivos o accesos a financiamientos no generara beneficios a largo plazo (Herrera, 2012). Además, para que un emprendimiento se mantenga a través del tiempo y se pueda considerar exitoso se debe de establecer un objetivo que justifique el incursionar en esta actividad al fin y al cabo lo que importa es plantearse un punto de llegada donde la persona pueda sentirse feliz con lo que ha conseguido, ésta es la que se puede considerar como razón o fin de emprender (Estrada, 2015).

Los factores económicos, según Kotler & Armstrong citados por (Taípe Yáñez & Fabian Pazmiño, 2015) los detallan como aquellos que inciden en el poder de compra, y las pautas de consumo que siguen las personas. Estos autores afirman que tanto las tendencias económicas y la situación en general son factores primordiales en el éxito de la organización. Los elementos que componen las fuerzas económicas son: los salarios, la competencia, políticas gubernamentales, proveedores, condiciones de los mercados, todos estos factores ejercen una influencia para la empresa la cual se ve reflejada en sus costos de producción por lo tanto el empresario o emprendedor debe prestar gran importancia a los indicadores que le permiten medir la marcha de la economía en su entorno como son el P.I.B. producto interno bruto, la inflación, el nivel de empleo (desempleo), riesgo país y la estabilidad monetaria; de esta manera será capaz de determinar su situación y tomar decisiones más adecuadas.

Los factores socio-culturales; para estos factores el GEM (2017) presenta dos lados opuestos en los que destaca por un lado el comportamiento de los ecuatorianos, la innovación, el valor hacia el emprendimiento que le da la sociedad, la investigación, ya que esta actividad no se la toma desde la perspectiva opcional frente al desempleo; y por otro lado a todos aquellos que creen que el emprendimiento simplemente se queda en ilusiones, ideas o palabras o incluso una moda más que se llegan a consolidar o convertirse verdaderas fuentes de empleo o empresas.

Para Taípe Yáñez & Fabian Pazmiño (2015) estos factores influyen en el avance de las actividades de la empresa por lo que los puede convertir en oportunidades o amenazas, de estos depende el comportamiento del consumidor del cual depende la decisión de compra de un bien o servicio incidiendo en el incremento o disminución de la demanda. Por todo esto el emprendedor o empresario debe saber determinar todos estos factores en el entorno donde va a implementar su proyecto con lo que podrá definir un segmento con características similares a las que se puede enfocar y por ende tendrá mayores posibilidades de obtener éxito.

En cuanto a factores tecnológicos; gracias a los grandes avances obtenidos en este ámbito se ha generado cambios en todos los sectores por lo que es preciso adquirir información relacionada (Moreno, 2016). Este factor actualmente es clave para el progreso de las organizaciones sin importar su país, esto es así ya que en el contexto de las empresas se da origen casi a diario a nuevas tecnologías que sustituyen a las antiguas y que a su vez proporcionan nuevos mercados además de diversas oportunidades que pueden ser aprovechadas (Taipe Yáñez & Fabian Pazmiño, 2015). Estos autores aseveran que estos cambios exigen a las empresas a mejorar o cambiar la calidad de sus productos como también la manera de elaborarlos por lo que se constituye como una parte importante en la fabricación ya que proporciona diversas ventajas relacionadas con la eficiencia, la eficacia y una mejora en la competitividad.

El microambiente, para Taipe Yáñez & Fabian Pazmiño (2015) involucra factores cuya influencia es más cercana a la empresa, es decir, toma en cuenta a otras organizaciones que se relacionan de alguna manera con la compañía. Entre dichos elementos se encuentran los proveedores, los clientes, los intermediarios, los públicos y los sustitutos. Todos estos elementos ya mencionados constituyen en conjunto las cinco fuerzas competidoras, ya que la competencia o competidores no corresponde únicamente al conjunto de empresas o productos que se encuentran en el mismo mercado, es así que el análisis de estas fuerzas competidoras se vuelve una ventaja y guía de como desenvolverse en ese entorno o sector específico a incursionar (Cariola, 2003).

La competencia potencial representa a las nuevas empresas que buscan introducirse en el mercado con estrategias que afectan directamente a los beneficios que perciben las empresas existentes ya que ofertan sus productos a menores precios y similar calidad. El poder de los proveedores se genera cuando los productos ofertados son concentrados en pocos proveedores y los productos sustitutos escasean no se pueden obtener mejores precios ya que al ser pocos no existe una gran competencia entre ellos por lo que pueden obtener grandes beneficios y

controlar la industria. El poder de los compradores; los compradores pueden sacar beneficio de la competencia existente en la industria ya que si estos son limitados o existe un poco número de ellos los ofertantes deben competir por venderles sus productos generando mejor calidad, mejores precios y buen servicio. Los productos sustitutos, constituyen una alternativa muchas veces más económica y con resultados similares a los productos originales, se introducen en el mercado de manera inesperada y son difíciles de determinar a simple vista, pero generan competencia a los productos ya existentes. La rivalidad entre los competidores existentes es una fuerza que puede reflejarse de diferentes maneras ya sea en la diversificación de productos, cambios en los precios de venta, promociones y marketing de la marca; es así que cada empresa busca consolidarse como líder y sobrepasar a su competencia (Porter, 2008); estas fuerzas pueden tanto limitar o apoyar la actividad emprendedora pero esto depende del interés y conocimiento que se le dé a dichos factores en cada país, incluso en cada sector puesto que su análisis permitirá elaborar acciones tanto por parte de los emprendedores como del estado para desarrollar emprendimiento (Duarte, 2007).

3.3. Emprendimientos exitosos y sus factores

Primeramente el éxito se puede referir a un logro específico, cumplimiento de una meta u objetivo e inclusive cumplir un sueño anhelado por mucho tiempo, en cuanto al emprendimiento, lo podemos asociar al crecimiento, la sostenibilidad, el reconocimiento pero todo esto depende totalmente de lo que el emprendedor considere como éxito y lo que busca obtener al realizarlo, es por esto que para lograr el éxito se debe plantear un objetivo que satisfaga ese deseo de logro, lo cual encaminará a tomar decisiones y planificar como obtenerlo en base a una estrategia, y los que lo consiguen pues se los considera como exitosos (Estrada, 2015).

Para analizar este punto vamos a tomar de referencia a los emprendimientos dinámicos o de alto crecimiento, que también son vistos como las de mayor éxito en el mercado, estos tipos de

emprendimientos son aquellos que se caracterizan por crear empleos de calidad ya que debido a sus actividades contribuyen a la diversificación de la estructura productiva de la región donde se desarrollan, además tienen un mayor potencial para convertirse en Pymes (EKOSNEGOCIOS, 2015).

Un estudio exploratorio realizado por Arteaga y Lasio (2009) determinan que tanto las características de las empresas como el perfil del emprendedor dinámicos del Ecuador son similares con el resto de Latinoamérica, es así que mediante el análisis de una serie de factores internos tales como: la capacidad de negociación, la utilización de herramientas de planificación, experiencia o el nivel de educación; y externos como el apoyo externo, el mercado y la economía; llegando a conclusiones sobre cuáles de estos eran los que tenían mayor incidencia en los emprendimientos dinámicos más exitosos de tres de las principales ciudades del Ecuador(Quito, Guayaquil, Cuenca). Es así que un denominador común que presentaba la mayoría (90%) de los emprendimientos analizados fue que la mejor forma de ser competitivos en el mercado era gracias a la oferta de un producto o servicio diferenciado; algo a destacar es que los emprendimientos de alto crecimiento señalan a la interacción con personas relacionadas al sector y a la experiencia en actividades previas como pieza clave para construir o poner en marcha su negocio.

En una entrevista que realizó el GEM (2017) a un emprendedor en Chone Manabí, el cual se dedica a la producción y comercialización de balanceados, se pueden determinar diferentes factores que determinaron su éxito y otros que lo limitaron en sus inicios por lo que podemos decir que sus principales factores de supervivencia fueron la experiencia en el sector en el que se desenvuelve, la experiencia en administración de negocios similares además de que uno de sus hijos es titulado en administración de empresas, el conocimiento y manejo adecuado de sus proveedores, la motivación de emprender y el aprovechamiento de una oportunidad, alianzas

estratégicas. En cuanto a los factores que lo limitaron se encuentran el escaso apoyo de las entidades financieras por ser mayor de 50 años y las políticas de estado que no son favorables.

Un dato importante que destacar es que a los emprendimientos de alto crecimiento en el Ecuador les tomo aproximadamente quince meses desde el nacimiento de la idea hasta que se decidieron a comenzar, y alrededor de ocho meses para finalmente crear o establecer su idea en un negocio o establecimiento, esto debido a una planificación detallada antes de iniciar operaciones, también debido al tiempo que toma la tramitación y dudas personales respecto al negocio (Arteaga & Lasio, 2009), evidenciando así lo importante que es no apresurarse en cuanto al proceso de puesta en marcha para un negocio.

Un elemento que señalan como fundamental para que los emprendimientos alcancen el éxito son las características de sus fundadores, es así que una investigación chilena donde se analizaba 5 casos de emprendimientos exitosos se determinó que el emprendedor o fundador poseía experiencia previa en la creación de empresas, ya que este conocimiento forma un potente capital humano que permitirá afrontar desafíos posteriores en la organización, además hay que destacar que la mayoría de los fundadores poseía estudios universitarios que iban ligados o estaba vinculados a las áreas en que se desarrollen sus emprendimientos. (Cancino, Coronado, & Farias, 2012); investigación que coincide con lo que refleja el perfil del emprendedor dinámico ecuatoriano, donde se establece que predomina el género masculino, con un promedio de edad joven, y que posea grado de estudios universitario o de posgrado, además de experiencia de trabajo en pequeñas o grandes empresas (Arteaga & Lasio, 2009).

Un tema de vital importancia para el éxito en el emprendedurismo según algunos autores es el financiamiento, que según el análisis realizado por Arteaga y Lasio (2009) a los emprendimientos dinámicos en el Ecuador se identificó que aproximadamente 8 de cada 10 emprendedores recurrieron a los ahorros personales o de socios fundadores para financiar el

inicio de operaciones de su negocio, y únicamente un 24% de emprendimientos exitosos recurrieron a bancos, cooperativas y otras entidades financieras mediante créditos o sobregiros para iniciar operaciones en su negocio.

4. Procedimientos metodológicos

4.1. Enfoque y alcance del estudio

Para determinar los factores que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos esta investigación tiene un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo. El enfoque es cuantitativo debido a que se utilizó procedimientos estadísticos para el análisis de la información recolectada, y tiene un alcance descriptivo ya que busca especificar las características y perfiles del entorno emprendedor en la ciudad de Ibarra.

4.2. Unidad de análisis

La unidad de análisis en la cual se enfocó esta investigación correspondió a las empresas del cantón Ibarra de la provincia de Imbabura. De los cuales fueron seleccionados los principales sectores empresariales del cantón, únicamente se tomó a las micro y pequeñas empresas del mismo, según la base de datos de la Superintendencia de Compañías (2019) en la cual consta una población de 463 empresas con estas características, para la investigación se enfocó en las empresas que hayan sido creadas en el año 2014 y que se encuentren activas hasta la fecha, esto en base a la literatura donde se indica que para que un emprendimiento pueda ser considerado como consolidado debe superar los 3,5 años de vida (GEM, 2017) aplicando estos criterios se logró obtener un total de 54 empresas que cumplen dichos parámetros. Al ser un número relativamente pequeño, la encuesta intentó ser aplicada al total de las empresas de manera directa y a través de correo electrónico (online) con el fin de obtener una mejor información.

4.3.Diseño de la encuesta

La recolección de la información se la realizó mediante un cuestionario de 17 preguntas. Se utilizó el instrumento de recolección de datos desarrollado en base al marco teórico. Las variables a investigar fueron establecidas en base a la literatura propuesta en el capítulo anterior. La encuesta midió tres variables, a su vez cada una de éstas tiene un enfoque específico, como a continuación se detalla: La parte inicial consta con datos generales de los emprendedores (pregunta 1 a la 4), la sección 1 se enfoca a los factores internos: tipo de emprendedor, características, endeudamiento, financiamiento y herramientas utilizadas (pregunta 5 a la 10), la sección 2 se enfoca a los factores externos: enfoque microambiente, enfoque macro ambiente (pregunta 11 a la 14) y la sección 3 consta de: tipos de emprendimiento, motivos para emprender y competencias de los emprendedores que han llegado a consolidarse (pregunta 15 a la 17). El cuestionario se encuentra en el Anexo 1.

Estructurada la primera versión del cuestionario con 13 preguntas, de las cuales fueron modificadas 3 y eliminada 1, posteriormente se realizó la validación del cuestionario con dos catedráticos afines al tema con los cuales se modificó la redacción de varias preguntas al igual que las escalas utilizadas; además se validó la herramienta de recolección con un emprendedor que cumplía con los criterios de análisis buscados dando como resultado la necesidad de agregar algunas preguntas con enfoques a factores internos, incrementando así a 15 el número de preguntas del cuestionario. Como fase final de la validación se realizó 3 pruebas piloto con emprendedores seleccionados para verificar las posibles inconsistencias y mejorar la sintaxis de la encuesta, obteniendo como resultado el cambio en la redacción de varias preguntas con el objetivo de dar mayor simplicidad a las mismas, también se añadieron 2 preguntas más a fin de conseguir mejor información. Todo este proceso se llevó a cabo en un periodo de 7 semanas.

4.4.Procedimientos de recolección de datos

La información fue recolectada en un periodo de dos meses (abril - mayo del 2019). Para la aplicación de la encuesta se redactó un oficio de respaldo que valide la veracidad de la investigación en curso, a fin de tener mayor aceptación por parte de las empresas, dicha documentación se presentó de manera física para los casos que fueron posibles y se adjuntó como archivo en los correos para la aplicación de la encuesta online. Dada la dificultad de localización de las empresas debido a factores como la inexistencia de algunas en los lugares indicados por la base de datos (2 empresas inexistentes), y la ausencia de los representantes o dueños de las mismas en las oficinas, se procedió a obtener las direcciones de correo electrónico y números de teléfono, a fin de realizar la encuesta vía online, y que esta llegue al representante de la organización. Una vez enviados los correos con el link de la encuesta online a las empresas de la base, se notificó y solicitó directamente al representante para que complete el formulario vía telefónica; realizado este proceso con todas las empresas de la base de datos se obtuvo como resultado al cabo de 3 semanas un margen de respuesta del 23% del total enviado, es decir, 13 empresas encuestadas.

Dada esta situación que representa un bajo porcentaje de respuesta, optamos por aplicar criterios de expansión para obtener un mayor índice de respuesta y así completar el porcentaje faltante, es así que se decidió aplicar directamente encuestas a micro y pequeñas empresas de la ciudad de Ibarra de los sectores: comercial, servicios, producción manufactura, explotación de minas y canteras y agrícola que son los más representativos, y cuya característica principal fuese haber superado los 3.5 años de vida, la selección se realizó por conveniencia.

Es así que se procedió a buscar empresas en donde el representante se encuentre presente y decida colaborar, solicitamos colaboración en alrededor de 54 empresas que cumplían estas características, de las cuales 15 no respondieron debido a diferentes causas, tales como: negación total, por haber llenado previamente formularios similares para otros estudiantes,

ausencia del representante o dueño del negocio, escasas de tiempo, horarios y ocupación. En total se obtuvo 39 respuestas y cuyos años de creación oscilaban entre el 2012 y el 2015.

Finalmente, podemos decir que la población que se tomó en cuenta para aplicar la herramienta constituyó un total de 108 empresas que cumplían las características necesarias para considerarse como supervivientes de las cuales se logró obtener una tasa de respuesta del 48%, es decir, 52 empresas encuestadas.

Los datos obtenidos posteriormente fueron analizados a través de la estadística descriptiva, test de medias (t-student) la misma que se utilizó para determinar la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre los grupos estudiados; al aplicar esta prueba se analizó con un nivel de significancia del 5% en donde si el valor p es mayor a 0,05 no existe diferencias significativas entre los grupos y si es menor a 0,05 si existen diferencias (Sánchez Turcios, 2015), para lo cual se procedió a realizar un cruce a fin de comparar las principales variables por sectores; es así que se optó por clasificarlos en dos grupos, el primero y predominante fue el sector comercial debido al gran número de empresas que abarca y el segundo denominado otros sectores, donde se incluía a servicios, producción-manufactura, construcción, explotación de minas y canteras y agrícola.

Para futuras investigaciones similares recomendamos que previo a la aplicación de la herramienta de recolección como resultado de nuestra experiencia se sugiere realizar una validación de la información obtenida de las empresas mediante las bases de datos, en donde se proceda a verificar la veracidad de parámetros como el estado (activa o inactiva), dirección correcta, información de contacto (e-mail, teléfono).

Tabla 5. Empresas encuestadas

N°	Sector	N° de empresas encuestadas
1	Comercial	28
2	Servicios	21
3	Producción	2
4	Explotación de minas y canteras	1
Total		52

5. Análisis y discusión

S.1 Factores internos

En relación a los factores internos podemos observar en la Figura 2 que el porcentaje del género masculino es claramente mayor que el femenino, es así que a nivel global se observa que alrededor de 7 de cada 10 emprendedores encuestados son hombres, dato que de cierta manera concuerda con lo que nos muestra el GEM (2013) donde se presenta que a nivel nacional existe un 53,5% de emprendedores de género masculino y un 46,5% que pertenecen al género femenino, si bien es cierto a nivel nacional existe una diferencia menor entre los porcentajes de hombres y mujeres que emprenden en relación a los datos de esta investigación, el género que predomina es el masculino.

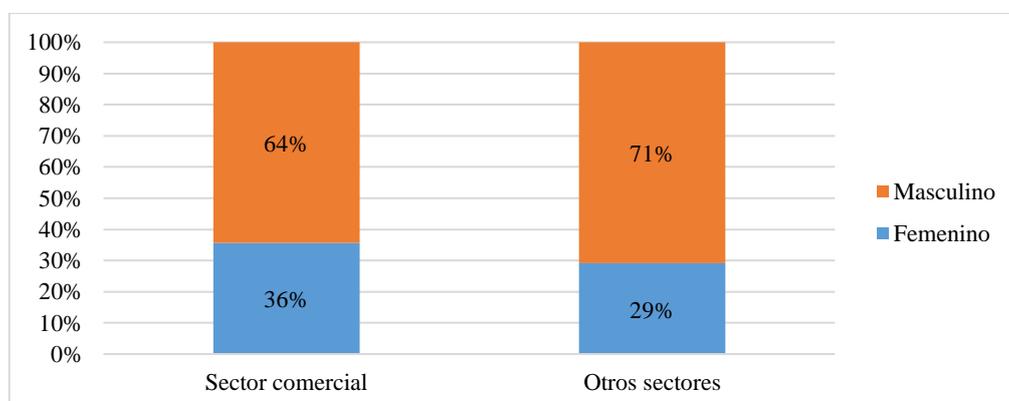


Figura 2. Género

En relación a la edad de los emprendedores se puede observar en la Figura 3 que existe mayor variedad en el rango de edades en el sector comercial, no obstante, el denominador común de

ambos sectores analizados es que la mayoría de emprendedores se encuentran en el rango de edad de entre 35 a 44 años, un dato importante a señalar es que la participación de emprendedores con edades entre los 18 a 24 años es mínima para el sector comercial y nula para los otros sectores, identificando así una diferencia de lo que sucede a nivel nacional y que es expuesto por el GEM (2017) quien en sus datos indican que aproximadamente 2 de cada 10 nuevos emprendedores están dentro de los 18 y 24 años de edad.

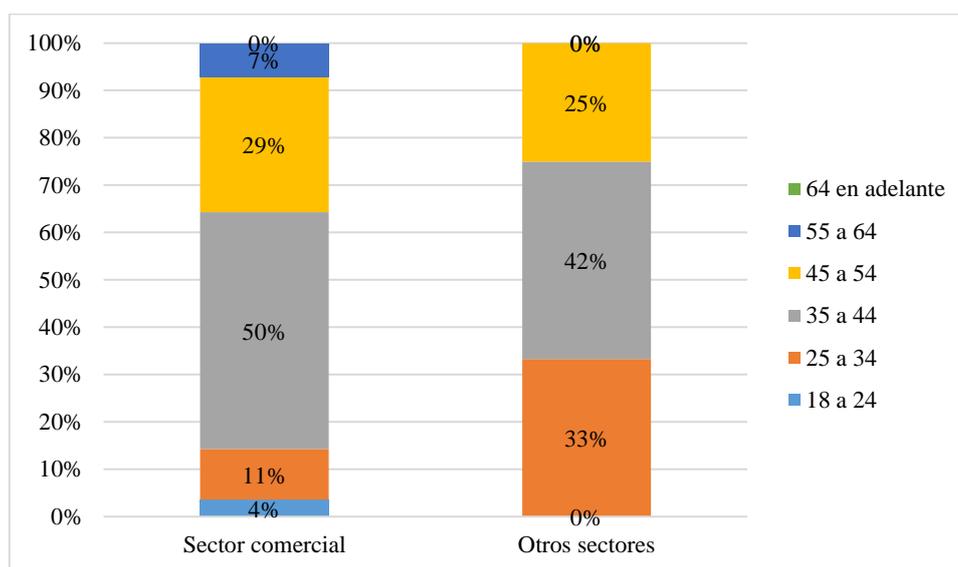


Figura 3. Edad

En relación a la formación académica de los emprendedores se obtuvo que en su mayoría poseen título de tercer nivel especialmente en el sector comercial como lo muestra la Figura 4. Este factor es considerado como un factor relevante de supervivencia a la hora de emprender como lo afirma León Mendoza (2018) o también se puede contrastar al del GEM (2017) en donde se asevera que este factor no es tan relevante en la supervivencia de los emprendimientos ya que a nivel del país mayormente están presentes emprendedores con niveles de secundaria y primaria; Sin embargo en la ciudad de Ibarra los emprendimientos son de profesionales con educación superior, observado así que para ambos grupos analizados es importante el nivel de estudios que poseen.

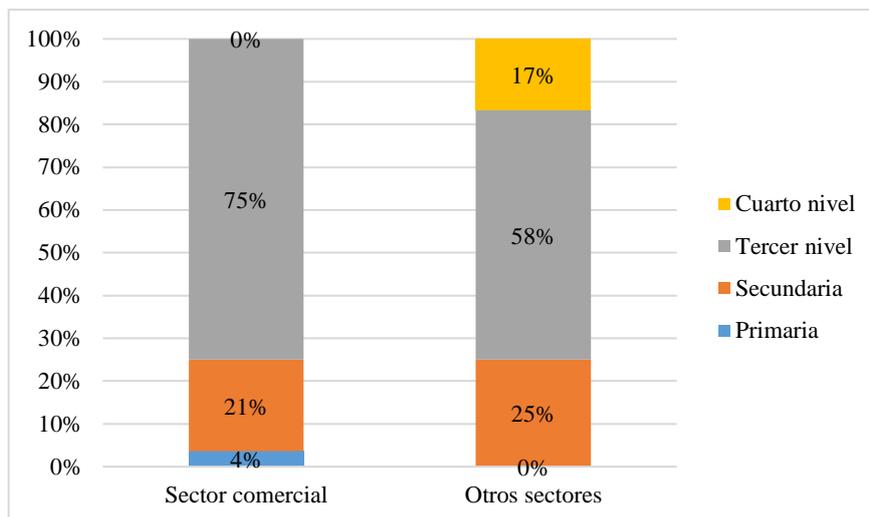


Figura 4. Formación académica

Al analizar el nivel de conocimientos en temas de emprendimiento podemos decir que mayoritariamente existe buena preparación respecto a emprendimiento, gestión y temáticas relacionadas, además se determinó que el sector comercial posee menor nivel de conocimientos que los otros sectores como se aprecia en la Figura 5. Esta información constituye un dato importante con respecto a la supervivencia de los emprendimientos analizados tal y como lo afirman en la investigación de Taxis Flores, Ramírez Urquidy, & Aguilar Barceló (2016) en donde resalta la importancia que tienen las capacitaciones, información y educación en temas empresariales a la hora emprender y sobrevivir especialmente en épocas donde la economía del país no es favorable.

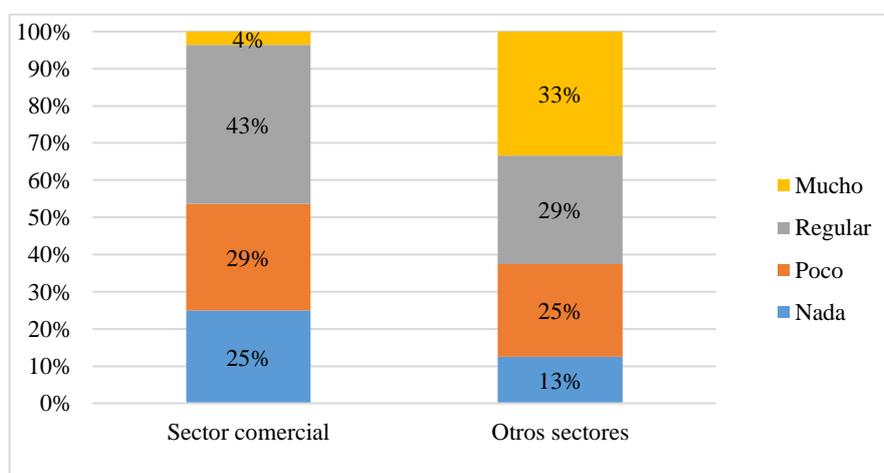


Figura 5. Nivel de educación en emprendimiento

Con respecto a los tipos de emprendedores, según los datos obtenidos podemos apreciar que el predominante es el que emprende por oportunidad tanto en el sector comercial como en los otros sectores tal como lo muestra la Figura 6. Al comparar con los resultados obtenidos por el GEM (2017) se puede ver que discrepan los datos ya que a nivel nacional los emprendedores por necesidad son los que tienen mayor representación en el mercado con un 51%, mientras que los que emprenden por oportunidad alcanzan un 38%. Evidenciando así que en la ciudad de Ibarra existe un mayor número de emprendedores que inician un negocio por oportunidad debido al nivel de educación que estos presentan, ya que como se observa en el gráfico de formación académica la mayoría de encuestados poseía un título de tercer nivel, lo cual concuerda con lo que menciona León Mendoza (2018) quien dice que los emprendedores con un nivel mayor de educación buscan emprender en base al aprovechamiento de oportunidades existentes en el entorno

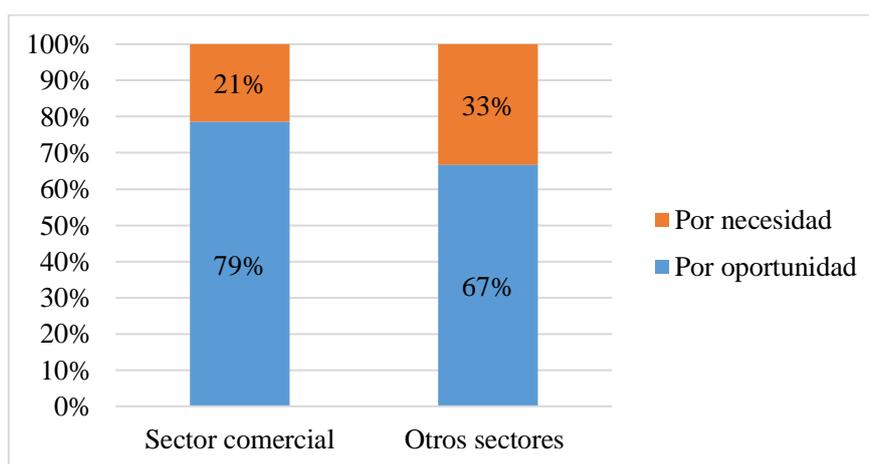


Figura 6. Tipos de emprendedores por sectores

Al analizar el nivel de características personales de los emprendedores obtenemos a nivel general que existe un nivel moderado de las diferentes características planteadas que son clave para un emprendedor exitoso. La característica que más influye según los datos recogidos son la capacidad de decisión, seguido de la iniciativa y creatividad y orientación hacia metas

específica. La que menos nivel presenta es la tolerancia hacia la incertidumbre Figura 7. Se puede comparar estos datos con los obtenidos en la investigación de García del Junco, Álvarez Martínez, & Reyna Zaballa (2007) donde se muestra como primer factor la creatividad, seguido de la fuerte voluntad (relacionado a metas), nivel alto de profesionalidad y resaltando la aceptación del riesgo.

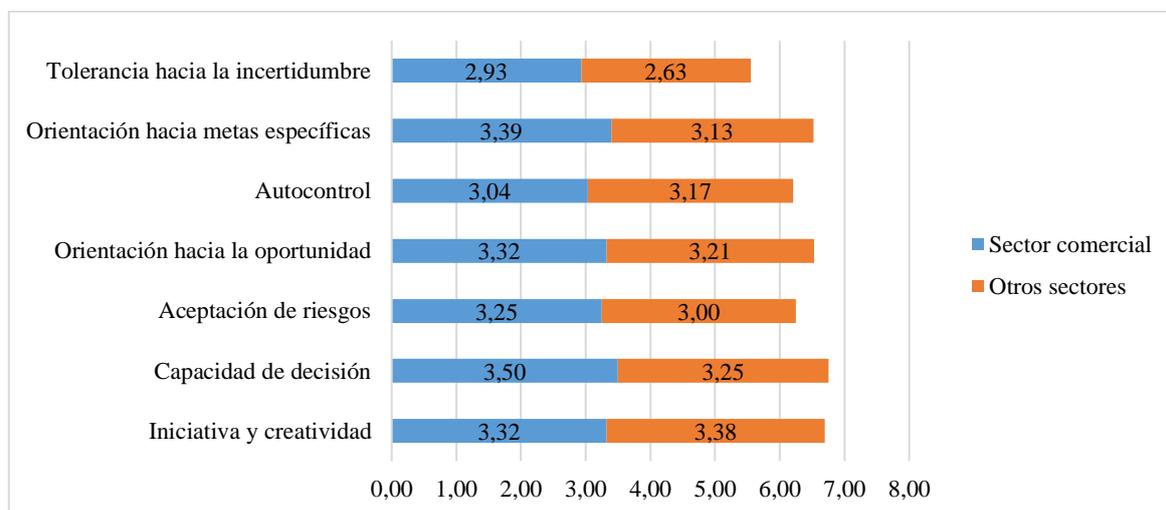


Figura 7. Nivel de características personales

Al aplicar el t-student podemos decir que no existe una diferencia estadística relevante entre los dos grupos de empresas (sector comercial y otros sectores) como se observa en la Tabla 6 y por ende al referirnos a la escala aplicada estas características constituyen factores relevantes de supervivencia.

Tabla 6. Análisis t-student de las características personales

Características	P(T<=t) dos colas
Iniciativa y creatividad	0,801684237
Capacidad de decisión	0,29449031
Aceptación de riesgos	0,272770259
Orientación hacia la oportunidad	0,580570068
Autocontrol	0,463507736
Orientación hacia metas específicas	0,184977136
Tolerancia hacia la incertidumbre	0,173469656

Nivel de significancia 0.05*

En cuanto a la forma de financiamiento la tendencia se inclina a que la mayor parte de los emprendedores optaron por emprender con su propio capital independientemente del sector en el que se desenvuelven, pero existe un porcentaje que optó por una entidad financiera, además el financiamiento mixto también es destacable como se puede apreciar en la Figura 8. Se puede decir, que un factor de supervivencia es el financiamiento por capital propio ya que presenta menos inconvenientes y riesgos tal y como lo afirma Reina, Sepúlveda, & González (2016) en donde determinan que es más probable que un negocio sobreviva si no posee apalancamiento.

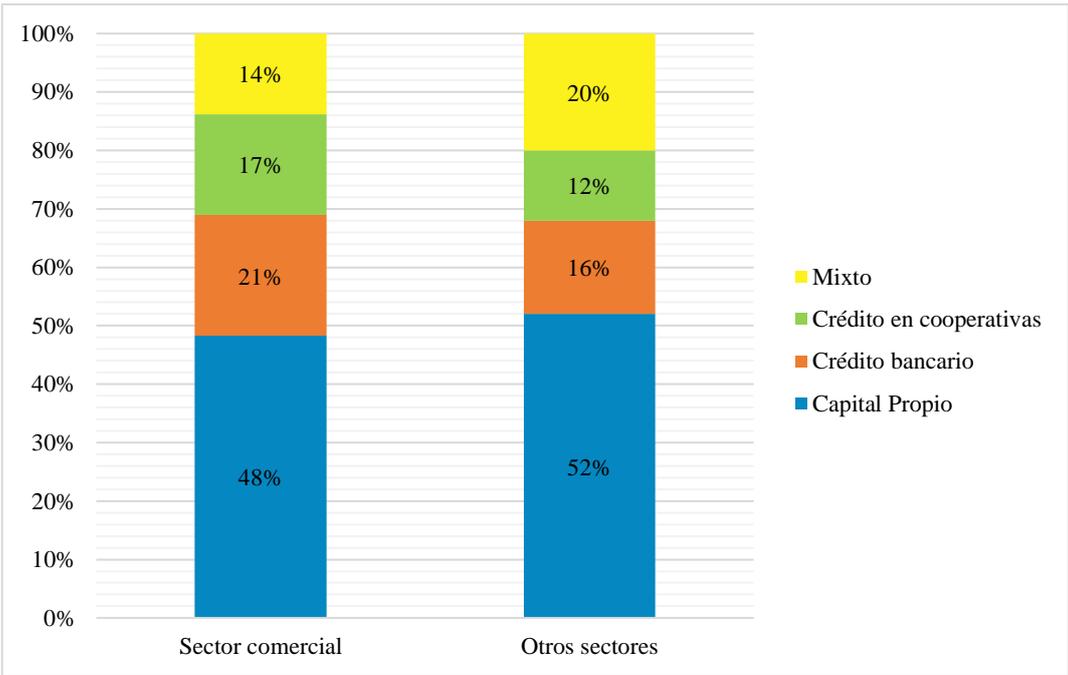


Figura 8. Forma de financiamiento según sector

De los emprendedores que optaron por un financiamiento mediante entidades financieras se obtuvo que en su mayoría poseen un nivel moderado de apalancamiento, en contraste con un bajo porcentaje de emprendedores que tienen un alto endeudamiento Figura 9, reforzando así la afirmación de que es más difícil que un emprendimiento sobreviva con un nivel de endeudamiento alto.

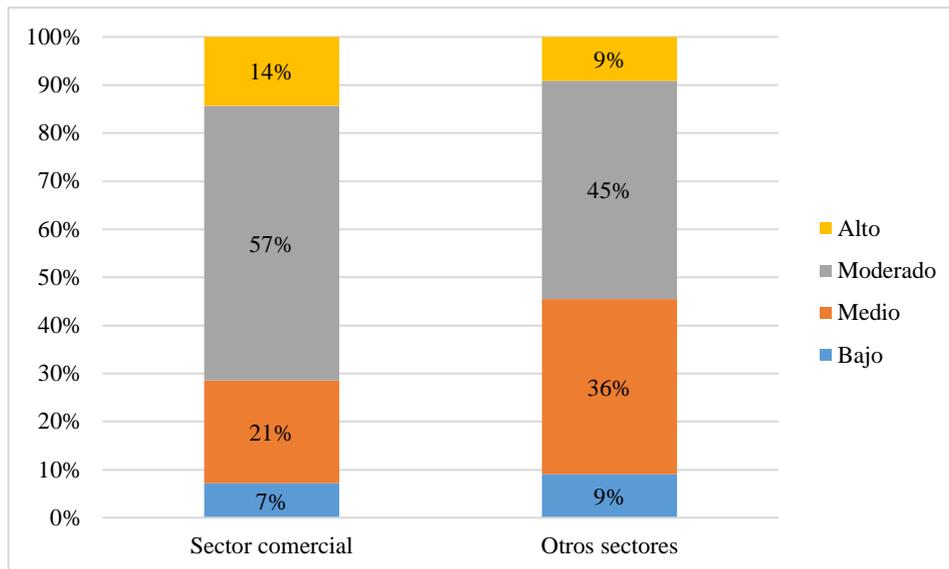


Figura 9. Nivel de endeudamiento

En relación al plazo del financiamiento se obtuvo que en el sector comercial la mitad de los emprendedores han optado por un financiamiento a corto plazo mientras que en los otros sectores la mayoría de los encuestados han adoptado un endeudamiento a largo plazo (Figura 10), es importante resaltar que el plazo adoptado por cada sector se puede deber a las necesidades y características de sus actividades económicas como lo afirma Barreda (2015) donde expresa que un factor fundamental para la empresa es la forma de financiamiento y más específicamente sus condiciones como el monto, tasa y los plazos; dado que muchas empresas en su investigación han manifestado que estas condiciones son clave para su sostenibilidad.

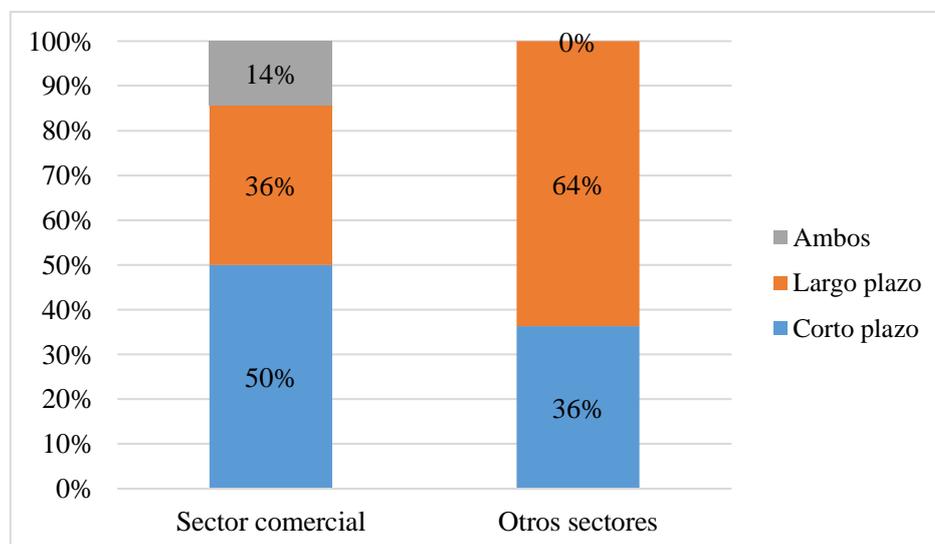


Figura 10. Plazo de financiamiento

Con respecto a las herramientas que apoyan a la actividad emprendedora se obtuvo que mayormente los emprendedores han utilizado ciertas herramientas que les ha permitido que el negocio permanezca en el mercado, es así que podemos decir que ocho de cada diez emprendedores han utilizado al menos una herramienta Figura 11. La más utilizada es la investigación de mercados en el sector comercial y el plan de negocios en los otros sectores, mediante esta información se puede afirmar que la utilización de estas dos herramientas constituyen factores que incrementan la posibilidad de supervivencia del negocio, tal como concluyeron Reina et al., (2016) en su investigación tomando en cuenta la realización o no de un plan de negocios y la cuantificación de la demanda en el mercado por parte de los emprendedores encuestados.

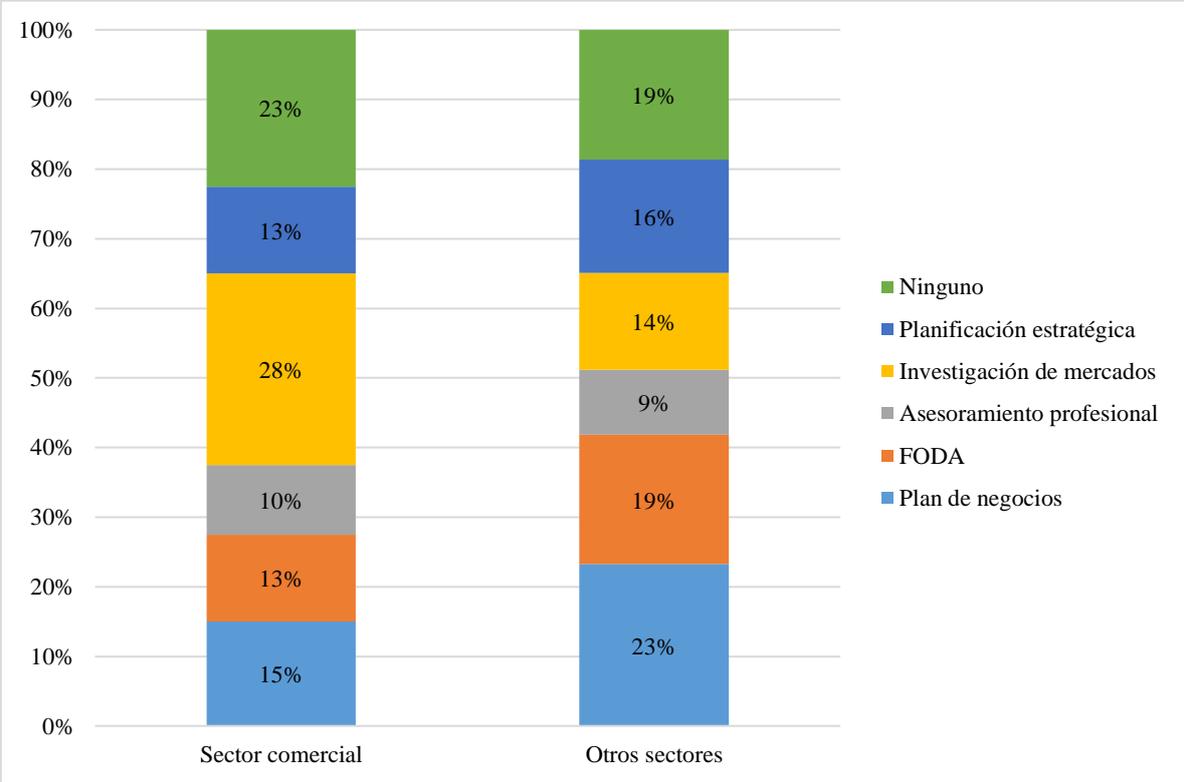


Figura 11. Aplicación de herramientas para emprender

Como resumen de la sección se obtuvo que los emprendedores predominantes pertenecen al sexo masculino y oscilan en un rango de edad de entre los 35 y 44 años; los factores internos más representativos en los emprendimientos estudiados son: el nivel académico de tercer nivel

y formación en emprendimiento, emprender por oportunidad, características como la capacidad de decisión, iniciativa, creatividad y orientación hacia metas específica, el financiamiento con capital propio o a un nivel de endeudamiento moderado, además de la utilización de al menos una herramienta que permita desarrollar la actividad emprendedora como es la investigación de mercados.

S.2 Factores externos

En la herramienta de recolección se establecieron diferentes factores que diversos autores consideran importantes para el emprendimiento, entre los factores macro analizados se encuentran: Político, económico, social y tecnológico, mediante la información recolectada se buscaba determinar si estos factores constituyen una barrera o un apoyo al desarrollo del emprendimiento desde la perspectiva del emprendedor, es así que se determinó que los factores político y económico han representado una barrera (Figura 12) lo que significa que existen pocos beneficios fiscales, escaso apoyo al desarrollo empresarial y condiciones desfavorables en temas salariales, inflación y situaciones de los mercados y la situación general económica del país no ha sido favorable por lo que estos dos factores se consideran barrera en todos los sectores analizados principalmente el factor político.

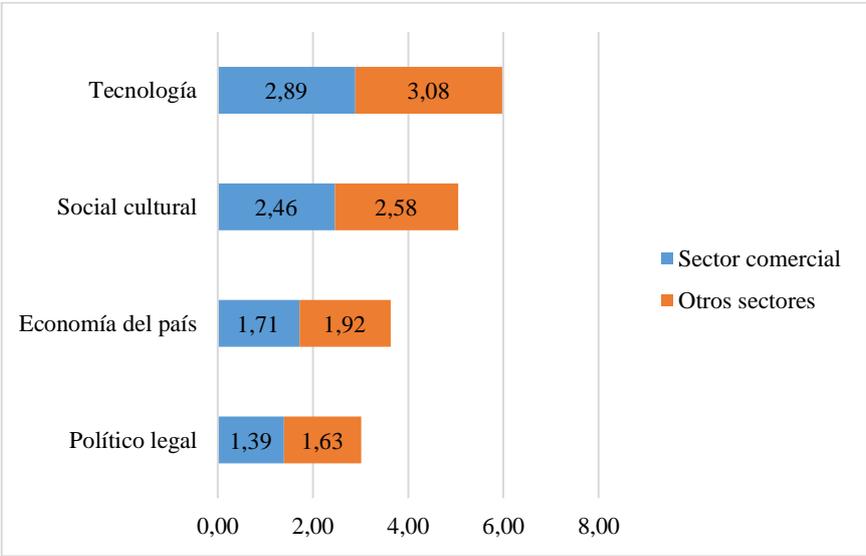


Figura 12. Nivel de apoyo de los factores externos del macro ambiente

Este dato coincide con lo que afirma el GEM (2017) que determinó problemas como la inseguridad jurídica, malestar en la temática tributaria o la incertidumbre e inestabilidad que genera la política gubernamental. En cuanto al factor social cultural podemos decir que no representa una barrera, pero tampoco es un apoyo representativo, nos permite apreciar que la cultura de la sociedad, sus tendencias, costumbres si se toman en consideración al momento de emprender. Y con respecto al factor tecnológico se puede afirmar que representa una ventaja, ya que los emprendedores consideran que las nuevas tecnologías son importantes en su actividad económica y facilitan los procesos y calidad del producto o servicio. Este factor es actualmente uno de los más importantes como lo determinó Taípe Yáñez & Fabian Pazmiño (2015) en su trabajo donde concluye que ya que este factor constantemente va cambiando las empresas se deben adaptar y buscar oportunidades en esta situación.

Para profundizar el análisis de los factores del macro ambiente se aplicó la t-student, la cual nos arrojó como resultado que no existe diferencias relevantes o significativas entre los niveles de apoyo de uno y otro sector analizado tal y como se puede observar en la ningún p-value es menor que 0,05 (Tabla 7).

Tabla 7. Prueba t-student para el nivel de apoyo de factores externos macro ambiente

Factores	P(T<=t) dos colas
Político legal	0,268945759
Economía del país	0,420467723
Social cultural	0,636546726
Tecnología	0,480878483

*Nivel de significancia 0,05

Como se determinó en la Figura 12, el nivel de apoyo que han recibido los emprendedores lo podemos relacionar con el nivel de conocimiento que éstos poseían al momento de emprender, apreciando cierta relación entre cuanto conocían de cada factor y de cuanto apoyo han recibido del mismo, a excepción del factor tecnológico cuyo nivel de conocimiento es moderadamente

alto, podemos decir que existía un nivel de conocimiento medio de estos factores (Figura 13). Algo importante a destacar es que en los factores político y económico existe mayor nivel de conocimiento que beneficio de los mismos.

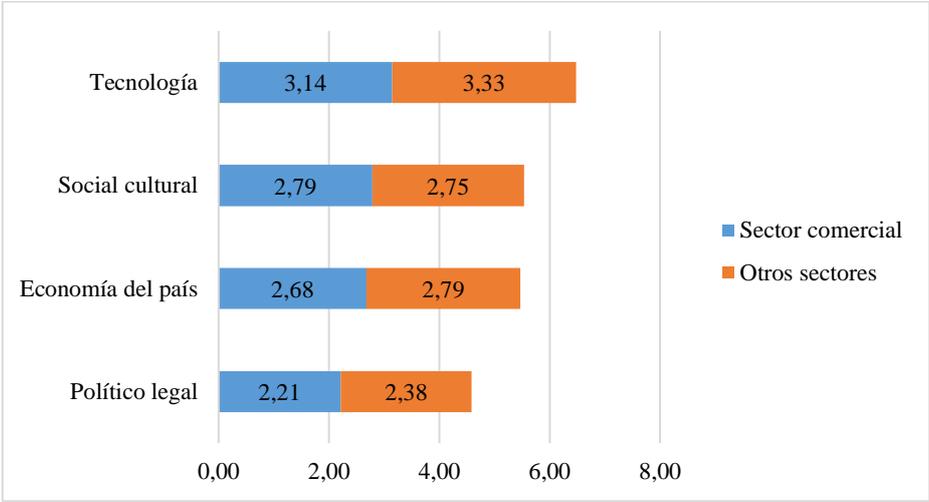


Figura 13. Nivel de conocimiento de factores externos del macro ambiente

En relación al nivel de apoyo que han obtenido los emprendimientos encuestados respecto a los factores externos podemos observar en los promedios de respuesta que estos contribuyeron en un nivel poco y regular al momento de poner en marcha los negocios, hay que resaltar que el factor clientes es el que ha dado un mayor soporte al desarrollo de los negocios como se ve reflejado en el promedio de calificación que aparece en la Figura 14, explicando de esta manera la realidad de los emprendimientos en el país que según el GEM (2017) más del 60% de estos tienen un giro de negocio orientado al consumidor, como segundo factor que favorece la puesta en marcha de los negocios podemos identificar al factor proveedores, factor que sobresale según el GEM (2017) como uno de los más favorables en relación al entorno emprendedor ya que este se encuentra como componente de una categoría que se la ubica como el segundo factor que más fomenta el emprendimiento en el país ya que se encuentra por encima del promedio global, por otro lado el factor competencia e intermediarios obtuvieron un promedio de calificación más bajo en ambos grupos lo cual los ubica como barreras hacia la puesta en marcha de los emprendimientos, dato que concuerda con lo mencionado por el GEM (2017) donde se

identifica que el 63% de emprendimientos establecidos a nivel nacional perciben que existe mucha competencia y los emprendimientos que aún no superan la brecha supervivencia de los 3,5 años identifican en un porcentaje de 57% mucha competencia, también se menciona que el factor apertura mercado interior es crítico debido a barreras como la competencia y altos costos de entrada, costos que en parte son generados por los intermediarios, observando de esta manera por qué se los cataloga como barrera.

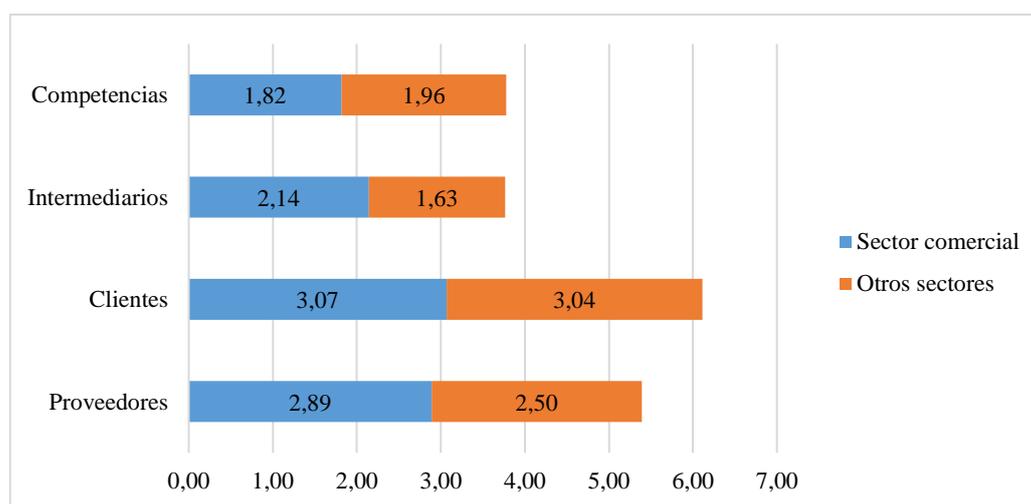


Figura 14. Nivel de apoyo de factores externos micro ambiente

Analizando los índices de respuesta tanto del sector comercial como de los otros sectores de primera impresión se puede observar que no existen diferencias significativas en los promedios de ambos sectores; sin embargo, al aplicar el análisis de la prueba t de student como se observa en la Tabla 8, obtuvimos que el factor intermediarios es diferente para ambos grupos, esto debido a que su índice t resulto $0,0289 < 0,05$; a diferencia del resto de factores analizados que tienen un nivel de incidencia equivalente para uno y otro sector.

Tabla 8. Prueba t-student para el nivel de apoyo de factores externos micro ambiente

Factores	P(T<=t) dos colas
Proveedores	0,198651356
Clientes	0,895404833
Intermediarios	0,02895956*
Competencias	0,599875927

*Nivel de significancia 0,05

Al analizar los datos obtenidos en relación al nivel de conocimiento que poseen los emprendedores de los factores externos, se puede observar que en general existe un nivel de conocimiento medio por parte de los mismos. Hay que resaltar que el factor clientes es sobre el que más tienen conocimiento los encuestados, seguido del factor proveedores, aquí podemos establecer una relación directamente proporcional en cuanto al nivel de apoyo que tienen estos, ya que claramente y guiándonos en el análisis de la figura 14 podemos determinar que los factores sobre los cuales se tiene un mayor nivel de conocimiento (clientes y proveedores) han generado un mayor nivel de apoyo para la realización y puesta en marcha del negocio.

Podemos observar también en la Figura 15, al factor intermediarios y competencia cuyas respuestas nos arrojan niveles de conocimiento menores que los dos factores mencionados anteriormente, en contraste y siguiendo el mismo patrón de relación se puede decir que los emprendedores al tener un menor grado de conocimiento de dichos factores, se ven obstaculizados por los mismos al momento de poner en marcha los emprendimientos.

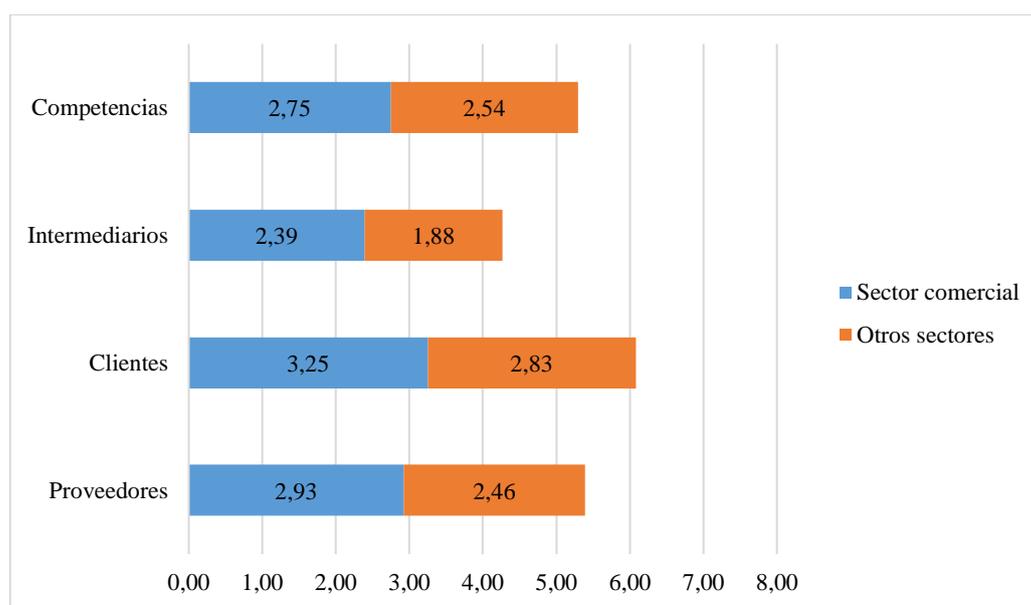


Figura 15. Nivel de conocimiento de factores externos micro ambiente

Es interesante observar que a primera impresión las diferencias de promedios de respuesta entre los sectores estudiados sobre el nivel de conocimiento de los factores parecen ser significativas,

sin embargo, al aplicar la t de student se pudo corroborar que no existe una diferencia relevante entre los niveles de conocimiento de uno y otro sector como se puede observar en la Tabla 9 ningún p-value es menor que 0,05.

Tabla 9. Prueba t de student del nivel de conocimiento de factores externos micro ambiente

Factores	P(T<=t) dos colas
Proveedores	0,110152636
Clientes	0,082911109
Intermediarios	0,071328288
Competencias	0,411609793

*Nivel de significancia 0,05

En resumen, en esta sección en donde se analiza los factores externos del entorno de emprendimiento podemos observar que existe una relación directamente proporcional entre el nivel de conocimiento y nivel de apoyo que han percibido los emprendedores en cuanto a los factores externos tanto del microambiente como del macroambiente; respecto al macroambiente el factor político legal es percibido como la mayor barrera al momento de emprender mientras que el factor tecnológico representa el mayor soporte para ambos sectores. En lo que respecta al microambiente se obtuvo que el factor clientes es el que brinda un mayor apoyo al momento de emprender mientras que los intermediarios son percibidos como la mayor barrera.

S.3: Motivos y competencias

En relación a los tipos de emprendimientos los resultados nos reflejan un porcentaje igual de negocios para cada tipo, es decir un 50% de los encuestados respondieron que su tipo de emprendimientos es de constitución y creación de una empresa y el otro 50% se inclinó por el tipo de emprendimiento que consiste en mejorar las condiciones actuales de una empresa, también conocido como intraemprendimiento. Discrepando así con los datos que obtuvo el GEM (2017) a nivel nacional, donde se refleja que el porcentaje de intraemprendedurismo alcanza únicamente el 0,5% siendo este el porcentaje más bajo de la región. Como se observa en la Figura 16, el tipo de emprendimiento que más ha logrado consolidarse en el sector

comercial es el que busca mejorar las condiciones actuales de una empresa, mientras que por su parte el tipo de emprendimiento que se enfoca en constituir y crear una empresa es el que se ha mantenido en mayor porcentaje en los otros sectores.

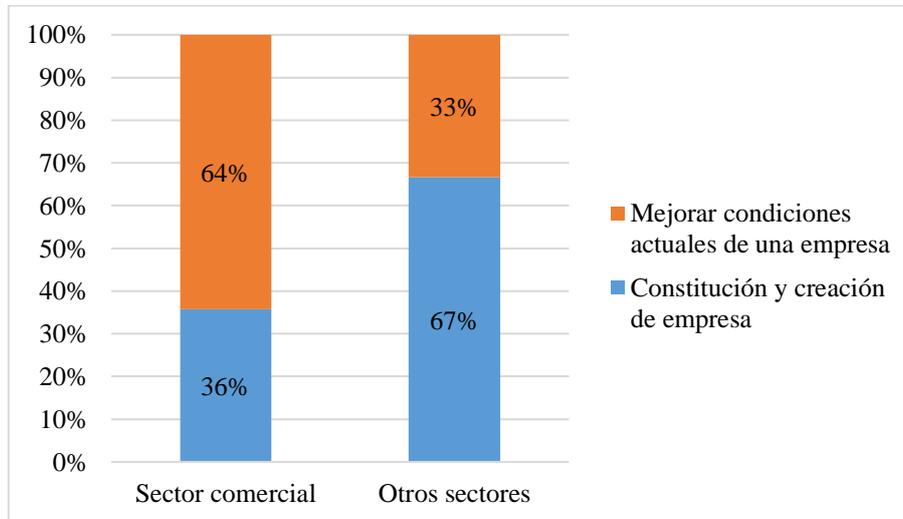


Figura 16. Tipos de emprendimiento

En cuanto a los motivos para emprender obtuvimos que alrededor de 5 de cada 10 encuestados pusieron en marcha su emprendimiento debido a la identificación de una oportunidad de negocio reflejando así que esta es la principal motivación en ambos sectores analizados; el desarrollo profesional se ubica como el segundo factor de motivación si analizamos los datos de manera general, mientras que si sectorizamos el análisis ocupa el segundo lugar para el sector comercial y tercero para los otros sectores como se puede observar en la Figura 17. demostrando así que este factor de motivación está ligado al nivel de educación analizado anteriormente y que arrojó como resultado que la mayoría de encuestados tenían estudios de tercer nivel, ya que los profesionales dependiendo de su rama a lo largo de su formación desarrollan competencias de empresario y ven el aspecto empresarial como una parte del pleno desarrollo profesional (Julca, 2011) . Algo relevante es que el aumento de aceptación de un producto se ubica en el segundo lugar entre los principales motivos para emprender para el sector comercial y en tercer lugar si realizamos un análisis general, es decir emprendimientos con esta motivación se

enfocan en sacarle el máximo provecho a un producto que ha tenido éxito en el mercado, motivación que en muchos de los casos desencadena en el cierre de muchos emprendimientos o la saturación de segmentos de mercado (Julca, 2011). También se puede observar que las demandas insatisfechas son percibidas mayormente como motivantes en los otros sectores que en el sector comercial.

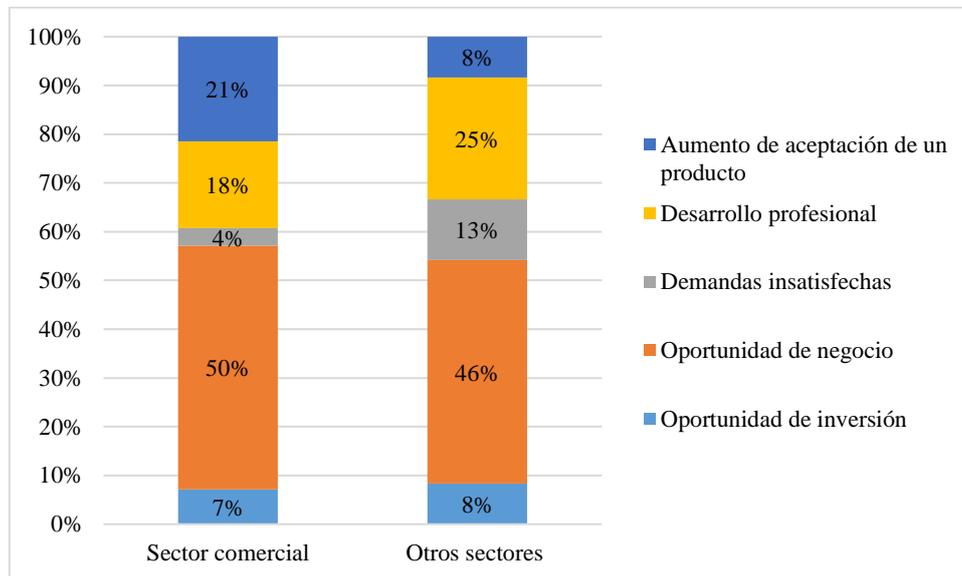


Figura 17. Motivos para emprender

Respecto al nivel de competencias presentadas por los emprendedores al momento de poner en marcha su negocio se observa un promedio de respuesta que refleja un nivel moderado en cuanto a las competencias personales analizadas (Figura 18), demostrando que para lograr que un emprendimiento sobreviva en el mercado es necesario que su representante posea un nivel moderado de cada una de ellas, como lo afirma Julca (2011) quien dice que si se quiere tener éxito en el desempeño empresarial las personas están obligadas a desarrollar competencias desde el punto de vista personal y profesional. Las tres competencias principales o que mostraron un promedio de respuesta mayor para los emprendimientos estudiados fueron la comunicación, la capacidad de negociación, y la capacidad para conseguir y administrar recursos, pudiendo identificar así que para tener éxito con un emprendimiento su representante

debe ser un líder que muestre competencias orientadas tanto a la interacción social como a los aspectos técnicos, datos que concuerdan con los obtenidos en la investigación realizada por Arteaga y Lasio (2009) quienes señalan que la capacidad para relacionarse con otros y la negociación son las competencias primordiales que tienen los emprendedores dinámicos en Ecuador. Algo que destacar es que los promedios de respuesta más bajos fueron los de las opciones de dirección y gestión empresarial y de redes de contacto, discrepando con lo dicho por Arteaga y Lasio (2009) quienes afirman que 1 de cada 2 emprendedores de alto crecimiento identifican a las redes de contacto como un factor crucial para llevar a cabo sus negocios.

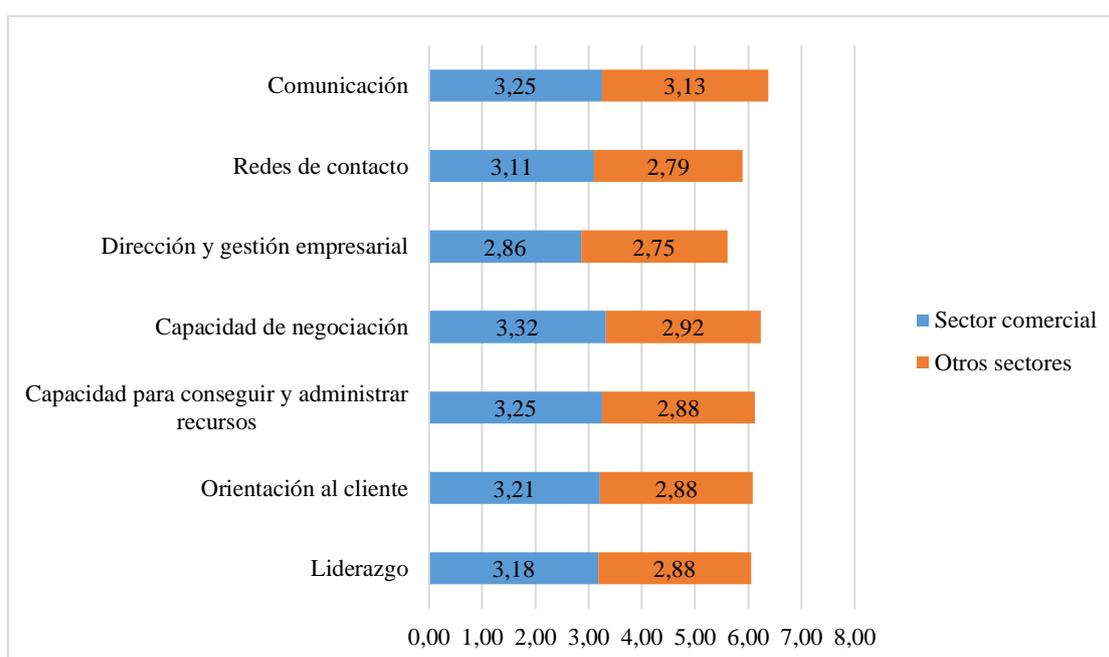


Figura 18. Nivel de competencias

Los promedios de respuesta entre uno y otro sector a primera vista parecen tener diferencias, al analizar estadísticamente estos mediante la aplicación de la t de student se pudo identificar lo contrario, que no existe diferencias relevantes o significativas entre los promedios de respuesta de ambos sectores, ya que ningún valor de t fue menor de 0,05 como se puede observar en la Tabla 10.

Tabla 10. Prueba t de student del nivel de competencias de los emprendedores

Competencias	P(T<=t) dos colas
Liderazgo	0,241737658
Orientación al cliente	0,185334754
Capacidad para conseguir y administrar recursos	0,114834742
Capacidad de negociación	0,073593643
Dirección y gestión empresarial	0,683237201
Redes de contacto	0,222337183
Comunicación	0,622081703

*Nivel de significancia 0,05

Los aspectos más importantes de esta sección se resumen de la siguiente manera: el principal motivo para emprender ha sido el aprovechamiento de una oportunidad de negocio, además de que el tipo de emprendimiento que más se consolida es aquel que busca mejorar las condiciones actuales de una empresa en el sector comercial y en los otros sectores es el que busca crear y constituir nuevas empresas. Las competencias de un buen emprendedor son la comunicación, la capacidad de negociación y la habilidad de conseguir y administrar recursos.

Conclusiones

El objetivo General de esta investigación fue determinar los factores que inciden en la supervivencia de los emprendimientos, es así que mediante la recolección de la información se obtuvieron diferentes factores tanto internos como externos que son determinantes en la supervivencia.

En general existe un predominio del género masculino en emprendimientos establecidos, cuyo rango de edad principal se ubica entre 35 y 44 años. En cuanto a factores internos se determinó que la formación académica como poseer un título de tercer nivel es un factor que ha contribuido a la sostenibilidad del negocio, además que poseer un nivel moderado de educación en emprendimiento es importante dado que en economías con poco o nada de desarrollo es más probable que un emprendimiento sobreviva si su representante posee conocimientos en gestión, administración o temáticas relacionadas. El tipo de emprendedor predominante en negocios que han superado la barrera de los 3.5 años es el que inicia por oportunidad; otro factor que

contribuye a la supervivencia de los emprendimientos es el financiamiento mediante capital propio, sin embargo, hay que destacar que recurrir a entidades financieras es sostenible siempre y cuando exista un nivel de apalancamiento moderado. Otro factor destacable también ha sido la utilización de herramientas que faciliten la actividad emprendedora entre las más utilizadas están la investigación de mercados, el plan de negocios y el FODA.

Con respecto a los factores externos del macro ambiente se determinó que el principal factor para que un emprendimiento se consolide y permanezca en el mercado actual es el tecnológico dado que la constante innovación que presenta esta época va modificando procesos y formas de desarrollar las operaciones de las empresas así mismo como la calidad de los bienes y servicios ofertados. El factor social cultural es percibido de manera positiva ya que favorece la actividad emprendedora, esto se debe en parte al nivel de conocimiento que cada emprendedor posea del mismo; en contraste a estos, y pese a que existe un nivel de conocimiento medio sobre los factores político y económico, éstos son considerados como una barrera que obstaculiza al emprendedor debido a la situación del país y el poco apoyo del gobierno.

Al analizar los factores del microambiente: proveedores, clientes, intermediarios y competencias se determinó que el factor clientes es del que más apoyo o beneficio perciben los emprendedores esto en parte a su gran nivel de conocimiento que poseen del mismo por lo que se puede decir que enfocarse en satisfacer al cliente constituye un factor clave para la sostenibilidad del negocio. El poseer conocimiento acerca de la competencia e intermediarios posibilita de mayor manera que el emprendimiento permanezca en el mercado ya que los emprendedores analizados perciben a estos factores como barreras. Como visión general acerca de los factores externos del microambiente se puede decir que el nivel de apoyo o barrera percibido es directamente proporcional al nivel de conocimiento que el emprendedor posea.

Con respecto a los tipos de emprendimiento que llegan a consolidarse se determinó que para el sector comercial el tipo que más se ha consolidado es el que busca mejorar las condiciones

actuales de una empresa mientras que para los otros sectores el que más éxito ha tenido es el que se enfoca en la constitución y creación de una empresa. Como aspecto a destacar sobre el perfil de los emprendedores que han logrado consolidarse hay que señalar que al momento de poner en marcha su negocio el tener competencias personales y profesionales desarrolladas tales como la comunicación, la capacidad de negociación y la capacidad para conseguir y administrar recursos ha jugado un papel fundamental para alcanzar la consolidación y establecimiento en el mercado que estos se desarrollan, cabe recalcar que al momento de realizar el análisis de medias no se obtuvo diferencias estadísticas significativas entre los dos grupos de sectores analizados.

Recomendación

En base a los resultados conseguidos por la investigación se puede recomendar a los emprendedores potenciales que es de vital importancia antes de iniciar el proceso de emprender el tener un grado de conocimiento en cuanto a temas como gestión, planificación y herramientas que faciliten la actividad emprendedora (Investigación de mercados y plan de negocios) ; optar por un financiamiento de capital propio o en caso de acudir a una entidad financiera optar por un nivel moderado de apalancamiento. El valerse de las nuevas tecnologías para consolidarse en el mercado es una alternativa viable para los nuevos emprendedores, siempre y cuando se conozca sobre el tema, del mismo modo que es imprescindible el conocer el factor social cultural, es decir, el comportamiento y tendencias que tiene las personas en el lugar que va a desarrollar su negocio, el reflexionar e indagar acerca de la situación económica del país y las condiciones político-legales del mismo y como estos influyen en el desarrollo de las empresas será clave para tener un panorama más claro de cuál es la realidad por la que atravesara al momento de emprender. El factor cliente debe ser un punto de guía para los nuevos emprendedores como nos muestran los resultados de la investigación, demostrando que la orientación al mismo permite conseguir la consolidación o supervivencia que anhela un nuevo

emprendimiento; previo a poner en marcha un nuevo negocio resultara crucial el conocimiento que se tiene acerca de la competencia e intermediarios para que estos no se presenten en un futuro como posibles barreras en el mercado. Se recomienda al emprendedor fortalecer competencias personales y profesionales que le favorecerán al arrancar su negocio, tales como la comunicación, la capacidad de negociación y la capacidad para conseguir y administrar recursos.

Bibliografía

- Alcaraz, R. (2011). *Emprendedor de éxito*. (Mc Grawhill, Ed.) (4th ed.). Mexico. Retrieved from https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXTO_GUIA_1_El_e_m_p_r_e_n_d_e_d_o_r_de_E_x_i_t_o.pdf
- Alonso, M. J., & Galve, C. (2008). Resumen de recomendaciones. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 5–44. <https://doi.org/10.1157/13051933>
- Aranguren, M. J., Larrea, M., & Peña, I. (1999). Incubadoras:¿ Supervivencia y Crecimiento de Nuevas Empresas. *Encuentro de Economía Aplicada, Reus*, 1–27.
- Arias, A., Jung, A., & Peña, I. (2007). Factores asociados al cese de actividadesde nuevas firmas españolas. *Cuaderno de Economía* , 15. Retrieved from <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/cuadernodeeconomia/article/view/459/450>
- Arias, A., & Quiroga, R. (2008). Cese de actividades de las pymes en el área metropolitana de Cali (2000-2004): un análisis de supervivencia empresarial. *Cuaderno Administración Bogota* , 30. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503511>
- Arteaga, M. E., & Lasio, V. (2009). Dynamic businesses in Ecuador: Success factors and entrepreneurial competencies. *Revista Latinoamericana De Administración*. Retrieved from <http://revistaacademia.cladea.org>
- Baanante, M. J. (2004). *Los emprendimientos juveniles en América Latina:¿ una respuesta ante las dificultades de empleo?* (R. Etis, Ed.). Buenos Aires.
- Barreda, M. E. (2015). Fuentes de financiamiento para Pymes: posibilidad de apertura al mercado de Capitales.

- C. Canedo, J., L. Stone, D., L. Black, S., & M. Lukaszewski, K. (2014). Individual factors affecting entrepreneurship in Hispanics. *Journal of Managerial Psychology*, 29(6), 755–772.
- Cancino, C., Coronado, F., & Farias, A. (2012). Antecedentes y resultados de emprendimientos dinámicos en Chile: cinco casos de éxito. *Revista Innovar*, 22, 19–32. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81824123003>
- Crespi, G. (2003). Estudio de dinámica empresarial. Entorno Chile 2002. *Fundes Chile, Santiago de Chile*.
- Cueva, F. D. (2007). Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Revista Del Departamento Académico de Ciencias Administrativas*.
- Duarte, F. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresaria. *Contabilidad y Negocios*, 3, 6–26.
- EKOSNEGOCIOS. (2015). Emprendimiento En Ecuador. *Ekos*, 9(4), 51. <https://doi.org/10.1121/1.4827007>
- EOI. (2013). El emprendedor. Capacidad de gestión y funciones en Proyectos de negocio. *Proyectos de Negocio*. Retrieved from https://www.eoi.es/wiki/index.php/El_emprendedor._Capacidad_de_gestión_y_funciones_en_Proyectos_de_negocio
- García del Junco, J., Álvarez Martínez, P., & Reyna Zaballa, R. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de PYMES españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 25(3), 951–974.
- GEM. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor-Ecuador 2013*.
- GEM. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor-Ecuador 2013-2016*. Retrieved from http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/emprendedores_senior.pdf
- GEM. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017*, 80.
- Gutterman, A. (2015). Entrepreneurship a Guide for Growth-Oriented Entrepreneurs. *Growth-Oriented Entrepreneur's Guide to Entrepreneurship*, 1, 19.

<https://doi.org/10.1057/ejdr.2011.61>

Guti, S. (2007). Emprendimiento en las empresas familiares Entrepreneurship in family businesses. *Dialnet.Unirioja.Es*, 4.

Herrera, C. E. (2012). Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor. *Revista Económicas Cuc*, 33(1), 191–204.

INEC. (2017). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2017*. Retrieved from http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2017/Documentos_DIEE_2017/Documentos_DIEE_2017/Principales_Resultados_DIEE_2017.pdf

INEC. (2018). *Reporte de Economía Laboral*. Retrieved from http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/Informe_Economia_laboral-mar18.pdf?fbclid=IwAR1-zUqgCP0iu3kYLMHsLS49qtzBqlgd2BRReFbmF3H1gMCkRBS9PUQLiks

Isenberg, D. (2010). How to Start an Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review*. Retrieved from www.hbr.org

Julca, E. (2011). *Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: El caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú)*.

La Hora. (2016). En Imbabura los emprendimientos no se consolidan : Noticias Imbabura : La Hora Noticias de Ecuador, sus provincias y el mundo. Retrieved December 1, 2018, from <https://lahora.com.ec/noticia/1101979655/noticia>

León Mendoza, J. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 19–33. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2810>

Martinez, A. (2006). Determinantes de la supervivencia de empresas industriales en el área metropolitana de Cali 1994-2003. *Sociedad y Economía*, 33. Retrieved from http://revistaingenieria.univalle.edu.co/index.php/sociedad_y_economia/article/view/4131/6339

Morales-Gualdrón, Silvia; Pineda, U. (2015). Factores del perfil del emprendedor y de la

gestión del servicio que inciden en la supervivencia empresarial : casos del oriente de Antioquia (Colombia). Factors of the entrepreneur's profile and the service quality management that influence firm surviv. *Pensamiento & Gestión*, (38), p176–207. 32p.

Retrieved from

<http://search.ebscohost.com.unipanamericana.elogim.com:2048/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=108525292&lang=es&site=ehost-live>

Moreno, T. F. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago de Chile, UNKNOWN: RIL editores.

Moya, P., & Santana, S. (2016). *Sobre el concepto de emprendimiento*. Santiago. Retrieved from <https://www.openbeauchef.cl/wp-content/uploads/2016/12/Sobre-el-concepto-de-emprendimiento.pdf>

OCDE, & CEPAL. (2013). *Perspectivas económicas de América Latina 2013 POLÍTICAS DE PYMES PARA EL CAMBIO ESTRUCTURAL*. Retrieved from https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1463/1/S2012083_es.pdf?fbclid=IwAR3TOXJnm_vNGjWfmU1_w-2oRCEB8koMYIRBCBJTw3rD2Bbeaqy-Z8noj_A

Pasola, J. V., Cruz, C., Torres, A. T., Gil, E. J., Canessa Gutiérrez, M., Hormiga, E., ... Torruella, A. (2012). *Causas de fracaso de los emprendedores*. (Netbiblo, Ed.). España. Retrieved from www.redemprendia.org

Peña, I. (2002). Intellectual capital and business start-up success. *Journal of Intellectual Capital*, 3(2), 180–198. <https://doi.org/10.1108/14691930210424761>

Porter, M. E. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*, 86(1), 58–77.

Publishing, M. (1994). *El plan de negocios*. Madrid, SPAIN: Ediciones Díaz de Santos.

Reina, W., Sepúlveda, C., & González, G. (2016). Análisis Semiparametrico De Los Factores Asociados a La Sostenibilidad De Los Emprendimientos. *Rev.Fac.Cienc.Econ*, XXVI(1), 163–180. <https://doi.org/10.18359/rfce.3144>

Reinoso Lastra, J. F., & Serna Hernández, L. F. (2016). *Modelo integral de aprendizaje para el emprendimiento: una visión sistémica desde la actitud emprendedora*. Ibagué, UNKNOWN: Sello Editorial Universidad del Tolima.

- Sánchez Turcios, R. A. (2015). t-Student: Usos y abusos. *Revista Mexicana de Cardiología*, 26(1), 59–61. Retrieved from http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-21982015000100009&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Schnarch Kirberg, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión*. Bogotá, COLOMBIA: Ecoe Ediciones.
- Sepulveda, C., & Reina, W. (2013). Sostenibilidad de los emprndimientos: Un analisis de los factores determinantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 73, 33–50. <https://doi.org/ISSN1315-9984>
- Silva, A. C. (2015). *El emprendimiento universitario sustentado en la responsabilidad social caso: Universidad San Francisco de Quito*.
- Taipe Yáñez, J. F., & Fabian Pazmiño, J. (2015). Consideración de los factores o fuerzas externas e internas a tomar en cuenta para el análisis situacional de una empresa. *Revista Publicando; Vol 2, No 3 (2015): Segundo Número 2015*.
- Texis Flores, M., Ramírez Urquidy, M., & Aguilar Barceló, J. G. (2016). Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia. *Contaduria y Administracion*, 61(3), 551–567. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.04.001>
- Velázquez, F. (2006). Elementos explicativos del endeudamiento de las empresas. México, D.F., MEXICO: Red Análisis Económico.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA: Factores que inciden en la supervivencia de los emprendimientos

OBJETIVO: La presente encuesta tiene la finalidad de identificar los factores que inciden en la consecución del éxito empresarial

INSTRUCCIONES: Marque con una (X) la respuesta que usted crea conveniente

Cuestionario

1) En qué sector económico se encuentra su negocio

Comercial	Producción, manufactura	De servicios	Construcción	Explotación de minas y canteras	Agrícola

2) Señale el rango de edad en el que se encuentra y su género

18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	64 en adelante

Femenino	Masculino	LGTB

3) Indique su nivel de formación académica

Primario	Secundario	Tercer nivel	Cuarto nivel

4) ¿Ha recibido educación en emprendimiento, gestión de negocios o capacitaciones relacionadas?

Nada	Poco	Regular	Mucho

SECCIÓN 1. Objetivo: Identificar los factores internos que determinan la sostenibilidad de los emprendimientos

5) ¿Qué tipo de emprendedor se considera?

	Emprendedor por aprovechamiento de oportunidades (oportunidades de negocio, demandas insatisfechas, aumento en la aceptación de un bien o servicio)
	Emprendedor por necesidad

6) Califique el nivel de características que usted posea al momento de poner en marcha su negocio

CARACTERÍSTICAS	ESCALA			
	Bajo	Medio	Moderado	Alto
Iniciativa y creatividad				
Capacidad de decisión				
Aceptación de riesgos				
Orientación hacia la oportunidad				
Autocontrol				
Orientación hacia metas específicas				
Tolerancia hacia la incertidumbre				

7) ¿Cuál fue la forma de financiamiento de su negocio? (puede ser más de una opción)

Capital propio	Crédito bancario	Crédito en cooperativas	Crédito en mutualistas	Financiamiento mixto

Otros: _____

8) Si su respuesta a la pregunta 3 fue crédito o financiamiento mixto, indique su nivel de endeudamiento

Alto	Moderado	Medio	Bajo

9) Si su respuesta a la pregunta 3 fue crédito o financiamiento mixto, indique el plazo financiamiento

Corto plazo (0-3 años)	Largo plazo (más de 3 años)	Ambos

10) ¿Ha aplicado alguna de estas herramientas de gestión en su negocio? (puede ser más de una opción)

Plan de negocios	FODA	Asesoramiento profesional	Investigación de mercados	Planificación estratégica	Ninguno

Otros: _____

SECCION 2 Objetivo: Establecer los factores externos que influyen en la supervivencia de los emprendimientos

11) Califique el apoyo que ha obtenido de los siguientes factores al momento de poner en marcha su negocio

FACTORES PEST	DEFINICIÓN	ESCALA			
		Nada	Poco	Regular	Mucho
Político legal	Hace referencia a la existencia de beneficios fiscales, apoyo al desarrollo empresarial y acceso a instituciones de financiación				
Economía del país	Hace referencia a: Salarios, inflación. Condiciones de mercado, costos de producción, el riesgo país.				
Factor social y cultural	Hace referencia a: Comportamiento de las personas, costumbres, tradiciones, tendencias. Aumento o disminución de la demanda de un bien o servicio.				
Tecnología	Hace referencia a: Presencia de nuevas tecnologías en los procesos de producción, comercialización y la calidad del producto.				

12) De los siguientes factores califique el nivel de conocimiento e información que usted poseía al momento de poner en marcha su negocio

FACTORES PEST	ESCALA			
	Nada	Poco	Regular	Mucho
Político legal				
Economía del país				
Factor social y cultural				
Tecnología				

13) Califique el apoyo que ha obtenido de los siguientes factores al momento de poner en marcha su negocio

FACTORES	ESCALA			
	Nada	Poco	Regular	Mucho
a) Proveedores				
b) Clientes				
c) Intermediarios				
d) Competencia				

14) De los siguientes factores califique el nivel de conocimiento e información que usted poseía al momento de poner en marcha su negocio

FACTORES	ESCALA			
	Nada	Poco	Regular	Mucho
a) Proveedores				
b) Clientes				
c) Intermediarios				
d) Competencia				

SECCION 3 Objetivo: Determinar los tipos de emprendimiento que llegan a consolidarse

15) Señale el tipo de emprendimiento al que pertenece

<input type="checkbox"/>	Emprendimiento para la constitución y establecimiento de una empresa
<input type="checkbox"/>	Emprendimiento para mejorar las condiciones actuales de una empresa

16) Señale cual fue su principal motivo para emprender

Oportunidades de inversión	Oportunidades de negocio	Demandas insatisfechas	Desarrollo profesional	Aumento en la aceptación de un bien o servicio

17) Califique el nivel de competencias que usted poseía al momento de poner en marcha su negocio

COMPETENCIAS	ESCALA			
	Bajo	Medio	Moderado	Alto
Liderazgo				
Orientación al cliente				
Capacidad para conseguir y administrar recursos				
Capacidad de negociación				
Dirección y gestión empresarial				
Redes de contacto				
Comunicación				

Gracias por su colaboración, la información brindada será de mucha ayuda.

Anexo 2. Formato oficio



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Resolución No. 001- 073 CEAACES - 2013 - 13

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Ibarra, 2019

GERENTE DE LA EMPRESA

Presente. -

De mi consideración:

Por medio del presente reciba un cordial saludo y éxito en sus labores diarias, somos estudiantes de la Universidad Técnica del Norte de la Carrera de Administración de Empresas, solicitamos a usted de la manera más comedida y por su intermedio a quien corresponda, se nos permita realizar una encuesta al Gerente, con el fin recolectar datos verídicos para la ejecución de tema de tesis (Factores que inciden en la supervivencia de los emprendimientos).

Nota: La información brindada será confidencial y no tendrá ninguna implicación para la empresa.

Por la favorable atención que brinde a la presente, agradezco de antemano por su consideración.

Atentamente,

Dr. Byron Acosta

DIRECTOR DE TESIS

Jordy Cadena

ESTUDIANTE

Cel. 0959235125

Alexis Villarreal

ESTUDIANTE

Cel. 0967531681

SCIENTIA ET THECNICUS IN SERVITIUM POPULI