

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TEMA:

**Estudio de las causas y sostenibilidad de los
emprendimientos de tipo start-up en la comunidad de
graduados de la UCSG**

AUTOR:

Erazo Vargas, Gabriela Mariuxi

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional**

TUTOR:

Ing. Arias Arana, Wendy Vanessa

Guayaquil, Ecuador

20 de septiembre del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Erazo Vargas, Gabriela Mariuxi**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional**.

TUTOR (A)

f. _____
Ing. Arias Arana, Wendy Vanessa

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth

Guayaquil, a los 20 días del mes de septiembre del año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Erazo Vargas Gabriela Mariuxi**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Estudio de las causas y sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up en la comunidad de graduados de la UCSG** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 20 días del mes de septiembre del año 2018

EL AUTOR (A)

f. _____
Erazo Vargas, Gabriela Mariuxi



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Erazo Vargas Gabriela Mariuxi**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de las causas y sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up en la comunidad de graduados de la UCSG**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 20 días del mes de septiembre del año 2018

EL (LA) AUTOR(A):

f. _____
Erazo Vargas, Gabriela Mariuxi



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

REPORTE DE URKUND

URKUND	
Documento	ERAZO VARGAS GABRIELA MARIUXI AVANCE.docx (D40322506)
Presentado	2018-06-22 17:56 (-05:00)
Presentado por	gerazovargas@gmail.com
Recibido	wendy.arias.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	Avance de tesis - Gabriela Erazo Vargas Mostrar el mensaje completo 0% de estas 56 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

URKUND	
Documento	ERAZO VARGAS GABRIELA MARIUXI FINAL.docx (D40911121)
Presentado	2018-08-22 01:11 (-05:00)
Presentado por	gerazovargas@gmail.com
Recibido	wendy.arias.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	Tesis terminado Mostrar el mensaje completo 0% de estas 97 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

AGRADECIMIENTO

Quisiera agradecer a la Universidad por la calidad de la educación brindada, por buscar siempre las herramientas para innovar y por no escatimar esfuerzos en ofrecernos una formación integral, tanto en lo académico como en lo ético, para que seamos profesionales con valores y una moral inquebrantable.

Quisiera agradecer a mi tutora, miss Wendy Arias, por haber sido muy responsable y atenta conmigo durante el proceso de titulación, por los consejos brindados, por la apertura a explicarme lo que no entendía y por la paciencia durante cada etapa de este trabajo de titulación.

Quiero agradecer a Dios, mi mayor inspiración, mi fiel consejero, mi motivación y mi horizonte, por ser quien me da las fuerzas para seguir adelante y no desfallecer en la lucha por mis sueños. Gracias a Él hoy puedo conseguir esta meta.

Quiero agradecer de manera especial a mis padres, mi hermana y Brownie, por acompañarme en estos meses, por no dejar que me rinda, por aconsejarme y demostrarme que las cosas son mejores cuando se las hace con amor y en equipo.

Agradezco también a mi familia, por su compañía, por su cariño, por sus consejos y por estar siempre pendientes de mí, por enseñarme con su ejemplo, a vivir con valores, a ser una persona que busca siempre hacer el bien, por creer ciegamente en mí y por alentarme a mejorar cada día.

Extiendo mi agradecimiento también a todos mis profesores, compañeros de clase y amigos, por hacer que la época universitaria sea más llevadera y por dejarme sabias lecciones y aprendizajes que atesoro en mi corazón. De manera especial quiero agradecer a la Miss Carmen Padilla, Mr. Ignacio Man Ging, Mr. Danny Arévalo, Mme Sabel Pacheco, Miss Natalia AVECILLA, Miss Cinthya Román, Mr. José Hidalgo, Miss Wendy Arias y Mme Gabriela Hurtado, por ser profesores que dejaron una huella en mi vida con la calidad de sus enseñanzas.

DEDICATORIA

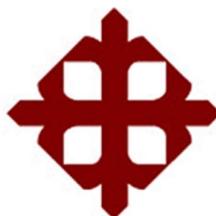
Quiero dedicar este trabajo en primer lugar a Dios porque es quien ha guiado mis pasos y me ha acompañado fielmente en cada etapa de mi vida, dándome sabiduría y perseverancia para alcanzar las metas que me propongo.

También quiero dedicarlo a mis padres por ser quienes me inspiran a querer ser más y como una pequeña retribución a su devoción a mi crianza y sus sabios consejos durante mi crecimiento personal y profesional.

Este trabajo está dedicado de manera especial a mi hermana, por su ayuda invaluable y desinteresada, por las malas noches juntas, por la paciencia y por creer en mí aun cuando yo no lo he hecho. Además, a mi fiel amigo de 4 patas, Brownie, por su amor incondicional y por todas las noches que se quedó a mi lado.

Quisiera dedicarlo también a mis familiares, en especial a mis abuelos Olga, Fausto y Laura que me acompañan en cada paso de doy y a mi abuelito Alejandro que está en el cielo, cuidándome y motivándome a seguir cosechando más éxitos. A mis tías Monse y Mariana por creer en mi capacidad y por estar siempre dispuestas a ayudarme, por ser quiénes han estado siempre cerca y por todo el cariño que me han dado.

Quiero dedicar este trabajo también a mis amigos, la familia que escogí, por ser quienes han permanecido a mi lado en las buenas y en las malas, con una dedicatoria especial a "Que bestia loco", Ivonne, Pamela, Dora y Valentina. Finalmente dedicárselo a dos personas que han sido mi seguro refugio, mi mejor amiga, Antonella, por estar a mi lado incondicionalmente por 13 años y ser mi fiel compañía en los momentos más felices y difíciles, y Stephie, porque me ha enseñado a ir contra corriente y a amar sin medidas.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

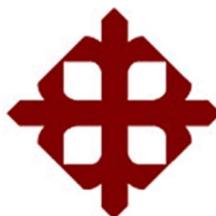
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Hurtado Cevallos Gabriela Elizabeth, Mgs.
DIRECTOR DE CARRERA

Ing. Carrera Buri Félix Miguel, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA

Ing. Villacrés Roca Julio Ricardo, Mgs.
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CALIFICACIÓN

Erazo Vargas Gabriela Mariuxi

Índice de Contenido

Índice de Tablas.....	XIII
Índice de Figuras	XVI
Introducción	2
Antecedentes	4
1.1 Número de microempresas en Ecuador	6
1.2 Contribución de los emprendimientos al PIB	13
1.3 Generación de empleo por parte de las microempresas	14
1.4 Contextualización del problema	15
Planteamiento del problema	17
1.5 Objetivo general.....	17
1.5.1 Objetivos específicos	17
1.6 Justificación	17
1.7 Preguntas de investigación.....	18
1.8 Hipótesis	18
1.9 Limitaciones y delimitaciones	19
Marco Teórico	21
1.10 Teorías del emprendimiento	22
1.10.1 Teoría de Frank Knight	22
1.10.2 Teoría de Joseph Schumpeter	25
1.10.3 Teoría de Andy Freire	28
1.10.4 Teoría de Allan Gibb	31
1.11 Sumario de teorías	35
1.12 Emprendimientos por oportunidad.....	35
1.13 Emprendimiento por necesidad	38
1.13.1 Diferencias entre los emprendimientos	41
1.14 Definición y características de los start-up	41

1.14.1	Teoría de Lean Start-ups	46
Marco Conceptual.....		48
1.15	Sostenibilidad	48
1.15.1	Años de sostenibilidad	48
1.16	Operacionalización de variables.....	50
Marco Referencial.....		53
1.17	TEA y género.....	53
1.18	Referencias de otras investigaciones	55
1.19	Seguimiento del gobierno	57
1.20	Tasas de interés activa para consumo y microcrédito.....	58
1.21	Tramitología.....	59
Marco legal		62
Metodología		63
1.22	Diseño de la investigación	63
1.23	Enfoque	63
1.24	Alcance.....	64
1.25	Población y muestra	64
1.26	Técnica de recogida de datos.....	65
1.27	Análisis de datos	71
Hallazgos		73
1.28	Análisis de la situación actual de los emprendimientos generados por la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	73
1.29	Causas que impulsaron los emprendimientos de tipo start-up a la comunidad de graduados	80
1.30	Factores relacionados con la sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up en la comunidad de graduados	88
1.31	Estrategias para la sostenibilidad de los start-up	95

1.31.1	Impulso de organizaciones para asesoría de los emprendimientos sobre el uso de recursos	97
1.31.2	Potenciación de la innovación como ventaja competitiva	98
1.31.3	Desarrollo de productos y servicios que creen conciencia en los consumidores.....	99
	Resultados.....	101
1.32	Tablas de frecuencia en SPSS.....	101
1.33	Análisis de las hipótesis	107
1.34	Tabulación cruzada	109
1.35	Tabulación de las entrevistas	114
1.35.1	Consolidado de las entrevistas	123
	Conclusiones	125
	Recomendaciones	128
	Referencias.....	130

Índice de Tablas

Tabla 1. Número de empresas por tamaño de empresas.....	6
Tabla 2. Número de microempresas del año 2012 al año 2016.....	7
Tabla 3. Porcentaje promedio de desempleo	7
Tabla 4. Cantidad de microempresas por actividad económica.....	8
Tabla 5. Factores demográficos ligados al emprendimiento.....	10
Tabla 6. Porcentajes de emprendimientos por rango de edad, por oportunidad y por necesidad.....	11
Tabla 7. Contribución de los emprendimientos al PIB	13
Tabla 8. Personas afiliadas al IESS en las actividades económicas de Ecuador	14
Tabla 9. Sumario de las teorías base de la investigación	35
Tabla 10. Contraste entre emprendimientos por oportunidad y emprendimientos por necesidad.....	41
Tabla 11. Características de los start-ups.....	45
Tabla 12. Variables de estudio según su función, su naturaleza y su nivel de medición	50
Tabla 13. Definición conceptual y operacional de las variables de estudio .	50
Tabla 14. Relevancia de elección y relación entre variables	51
Tabla 15. Principales motivos para emprender.....	53
Tabla 16. Porcentaje de emprendimientos por tipo y sexo	54
Tabla 17. Tasas activas efectivas para Ecuador.....	58
Tabla 18. Tasas de interés activas por moneda nacional y moneda extranjera en Perú	58
Tabla 19. Tasa de interés activa efectiva para consumo y microcrédito de Chile.....	58
Tabla 20. Cantidad de graduados por carrera y por año	65
Tabla 21. Revisión del instrumento.....	66
Tabla 22. Ficha técnica instrumental	66
Tabla 23. Factores demográficos y generales	68
Tabla 24. Factores de constitución de la empresa.....	69
Tabla 25. Fuentes de financiamiento	69
Tabla 26. Factores de sostenibilidad de la empresa.....	70
Tabla 27. Preguntas y variables consideradas para la entrevista.....	70

Tabla 28. Variables a comparar para el análisis de correlación cruzada	71
Tabla 29. Cantidad de encuestados y porcentaje de respuesta	76
Tabla 30. Cantidad de emprendimientos según el sexo del encuestado	76
Tabla 31. Cantidad de emprendimientos según el rango de edad y sexo del encuestado	77
Tabla 32. Cantidad de emprendimientos y el nivel de formación del emprendedor.....	78
Tabla 33. Cantidad de emprendimientos y facultad del emprendedor	78
Tabla 34. Cantidad de emprendimientos según la facultad, el sexo y la edad del emprendedor	79
Tabla 35. Cantidad de emprendimientos y año de graduación	79
Tabla 36. Causas para emprender y el sexo del emprendedor	83
Tabla 37. Tipo de contribución y el sexo del emprendedor.....	84
Tabla 38. Características innovadoras y el sexo del emprendedor.....	85
Tabla 39. Desarrollo de un plan de negocios y el sexo del emprendedor....	86
Tabla 40. Tiempo de constitución del emprendimiento y el sexo del emprendedor.....	87
Tabla 41. Sector del emprendimiento y el sexo del emprendedor	87
Tabla 42. Métodos de financiamiento y el sexo del emprendedor	89
Tabla 43. Año de constitución del emprendimiento y el sexo del emprendedor.....	90
Tabla 44. Tiempo de vida del emprendimiento y el sexo del emprendedor .	90
Tabla 45. Factores de éxito de los emprendimientos y el sexo del emprendedor.....	93
Tabla 46. Factores de sostenibilidad y el sexo del emprendedor	95
Tabla 47. Definición de emprendimientos e inversiones sostenibles	96
Tabla 48. Frecuencia del sexo y la cantidad de emprendimientos	101
Tabla 49. Frecuencia de emprendedores y no emprendedores	101
Tabla 50. Frecuencia de la edad de emprendimiento	102
Tabla 51. Frecuencia del nivel de formación del emprendedor	102
Tabla 52. Frecuencia de los encuestados según la Facultad	103
Tabla 53. Frecuencia del año de graduación.....	103
Tabla 54. Frecuencia de las causas para emprender	104
Tabla 55. Frecuencia del método de tributación de los emprendimientos .	104

Tabla 56. Frecuencia de años de constitución del emprendimiento	105
Tabla 57. Frecuencia de intención de realizar un plan de negocios	105
Tabla 58. Frecuencia del tiempo de constitución del emprendimiento.....	106
Tabla 59. Frecuencia del sector económico del emprendimiento	106
Tabla 60. Frecuencia del tiempo de vida del emprendimiento	107
Tabla 61. Frecuencia de los factores de sostenibilidad del emprendimiento	107
Tabla 62. Tabla cruzada entre el sexo y la cantidad de emprendimientos	109
Tabla 63. Pruebas de chi-cuadrado entre el sexo y el emprendimiento ...	110
Tabla 64. Tabla cruzada entre el sexo del emprendedor y el tiempo de vida del emprendimiento	111
Tabla 65. Prueba de chi cuadrado entre el sexo y el tiempo de emprendimiento	111
Tabla 66. Tabla cruzada entre la edad a la que emprendió y el tipo de emprendimiento	112
Tabla 67. Prueba de chi cuadrado entre la edad y el tipo de emprendimiento	112
Tabla 68. Tabla cruzada entre el tipo de emprendimiento y su tiempo de vida	113
Tabla 69. Prueba de chi cuadrado entre el tipo de emprendimiento y el tiempo de vida.....	114
Tabla 70. Respuestas del emprendedor 1 y 2 a la entrevista	114
Tabla 71. Respuestas del emprendedor 3 y 4 a la entrevista	116
Tabla 72. Respuestas del emprendedor 5 y 6 a la entrevista	118
Tabla 73. Respuesta del emprendedor 7 a la entrevista.....	121
Tabla 74. Tabla de conclusiones y atributos de las entrevistas	123

Índice de Figuras

Figura 1. Teoría del emprendedor y la incertidumbre	23
Figura 2. Funciones del emprendedor según Frank Knight	24
Figura 3. Funciones del emprendedor según Joseph Schumpeter.....	27
Figura 4. El triángulo invertido según Andy Freire	28
Figura 5. La sociedad emprendedora por Allan Gibb.....	32
Figura 6. Funciones del emprendedor según Allan Gibb	33
Figura 7. Tramitología en Ecuador.....	60
Figura 8. Tramitología en Perú	61
Figura 9. Tramitología en Chile.....	61
Figura 10. Factores de éxito de los emprendimientos según el sexo del emprendedor.....	94

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se trata de un estudio realizado en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil para conocer las causas de emprendimiento y la sostenibilidad de los negocios puestos en marcha por la comunidad de graduados de las Facultades de Ciencias Económicas y Administrativas y de Especialidades Empresariales de los años 2014, 2015 y 2016. Para la presente investigación se revisó literatura concerniente a las teorías del emprendimiento de autores como Knight, Schumpeter, Freire y Gibb, para definir el perfil del emprendedor universitario, la teoría de Lean Start-ups, para tomar como base teórica sobre las características de la innovación de los start-ups y ciertos estudios sobre los años de vida que determinan la sostenibilidad, para tener como base de estudio. Se consideró una población de 1216 graduados, trabajando con 70 casos válidos a partir de la muestra establecida por conveniencia, por la limitante de tiempo y acceso a información actualizada. Se creyó conveniente realizar una entrevista a profundidad a 10% de los encuestados, es decir a 7 emprendedores para conocer su percepción sobre las variables. Mediante la herramienta estadística de chi cuadrado se estableció si existía o no relación entre ciertas variables estudiadas y a través de un cuadro de atributos, se estableció un consolidado de variables en común entre las respuestas de las entrevistas. Finalmente, se estableció el escenario y el entorno de los emprendimientos, para dejar conclusiones que consoliden la información revisada y recomendaciones para una indagación más profunda en futuras investigaciones.

Palabras Claves: causas de emprendimiento, sostenibilidad, comunidad de graduados, teorías del emprendimiento, start-ups, teoría de Lean Start-ups

ABSTRACT

This research project is a study conducted at the Catholic University of Santiago de Guayaquil to learn about the causes of entrepreneurship and sustainability of the businesses set up by the community of graduates of the Faculties of Economics and Administrative Sciences and Business Specialties in the years 2014, 2015 and 2016. For this research, it was considered to review theories of entrepreneurship of authors such as Knight, Schumpeter, Freire and Gibb to define the profile of the university entrepreneur. It was studied the theory of Lean Start-ups, to take it as a theoretical basis on the characteristics of innovation of start-ups. Finally, it was determined to consider certain studies on the years of life of a business, that determine sustainability. A population of 1216 graduates was chosen, working with a sample for convenience of 70 valid cases, due to the limitation of access to updated information. Furthermore, it was necessary to carry out an in-depth interview with 10% of those surveyed, which means 7 entrepreneurs, to analyze their perception of the variables. Using the chi-square statistical tool, it was established whether or not there was a relationship between certain variables studied, and through a table of attributes, it was established a consolidation of variables with the common answers of the interviews. Finally, it was established the scenario and environment of the entrepreneurships, to leave conclusions that consolidate the information and recommendations for further research.

Keywords: *causes of entrepreneurship, sustainability, graduate community, entrepreneurship theories, start-ups, Lean Start-up theory*

RÉSUMÉ

Ce projet de recherche est une étude menée à l'Université Catholique de Santiago de Guayaquil pour connaître les causes de l'entrepreneuriat et la durabilité des entreprises mises en place par la communauté des diplômés des facultés d'économie et des sciences administratives et des spécialités commerciales dans les années 2014, 2015 et 2016. Pour cette recherche, la littérature concernant les théories de l'entrepreneuriat d'auteurs tels que Knight, Schumpeter, Freire et Gibb a été revue pour définir le profil de l'entrepreneur universitaire, la théorie des start-ups, connue sous le nom de théorie du Lean Start-ups, était utilisée comme base théorique pour les caractéristiques de l'innovation et certaines études sur les années qui déterminent la durabilité ont été aussi révisés. On a considéré une population de 1216 diplômés, avec un échantillon de 70 cas valides, en raison de la limitation de l'accès à l'information et du temps. Il a été jugé nécessaire de procéder à un entretien approfondi avec 10% des personnes interrogées, c'est-à-dire avec 7 entrepreneurs pour connaître leur perception des variables. En utilisant l'outil statistique du chi carré, il a été établi s'il y avait ou non une relation entre certaines variables étudiées, et par le biais d'un tableau d'attributs, il était établi une consolidation des variables en commun parmi les réponses aux entrevues. Enfin, le scénario et l'environnement des entreprises a été fait, afin de laisser des conclusions qui consolident les informations révisées et les recommandations pour des recherches futures.

Mots Clés : *causes de l'entrepreneuriat, durabilité, communauté des diplômés, théories de l'entrepreneuriat, start-ups, théorie du Lean Start-up*

Introducción

Hace poco más de una década, Ecuador ha promovido estrategias para impulsar la mejora de la competitividad frente a economías similares de América del Sur como Colombia y Perú, con el fin de que el país se vuelva más llamativo para fomentar la inversión extranjera en negocios locales. Se sugirió la mejora de la matriz productiva para migrar de una economía muy arraigada en el petróleo hacia una economía que incentive la exportación de los bienes no tradicionales de la balanza comercial (EKOS Negocios, 2014). Sin embargo, más de diez años después, esa estrategia no funcionó como se esperaba.

Mucho se habla de emprendimiento, de fomentar una cultura emprendedora en niños, jóvenes de colegios y universidades y de esa manera asegurar un futuro sostenible para las generaciones venideras. No obstante, se puede evidenciar emprendimientos sin sostenibilidad en el tiempo y que pese a ofrecer un producto innovador o un servicio relevante al mercado no permanecen muchos años. La sostenibilidad es importante porque alienta a los emprendedores a buscar estrategias que logren que un negocio se mantenga estable en el mercado sin comprometer la calidad ni la eficacia de la empresa.

Los emprendimientos de tipo start-up se encuentran expuestos a mayores dificultades que los emprendimientos convencionales, debido a que son tipos de negocio que aún no tienen una vasta base teórica. Además, que Ecuador es un país muy conservador y tradicionalista en la aceptación de nuevos productos o servicios como los ofrecidos por los start-ups. Por esta razón se desea revisar las causas que impulsaron a emprender a los jóvenes de la comunidad de graduados y cuáles fueron los principales factores que contribuyeron o afectaron la sostenibilidad.

En el Capítulo 1, se mostrará la revisión de las bases teóricas de autores como Frank Knight, Joseph Schumpeter, Andy Freire y Allan Gibb cuya relevancia se debe a la experiencia personal percibida en distintos aspectos. Para este propósito se tomó en consideración a la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, profesionales que se encuentran activos en el gremio empresarial, que se formaron bajo la influencia de diferentes emprendedores exitosos y que

propusieron emprendimientos relevantes para los diferentes sectores de la economía ecuatoriana.

En el Capítulo 2 se mostrará la metodología escogida, que tiene un enfoque mixto; en la parte cualitativa, se busca describir las causas que conllevan a la comunidad de graduados a emprender y en la parte cuantitativa, se busca establecer si existe o no asociación entre las variables de estudio y así conocer si la base teórica guarda relación con la realidad del emprendedor universitario en Guayaquil. Para el levantamiento de información se utilizarán encuestas y entrevistas, a través de las cuales se espera establecer las causas de creación y la sostenibilidad de las empresas.

En el Capítulo 3, se mostrarán los principales resultados obtenidos considerando un análisis de la situación actual de los emprendimientos generados por la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, las causas que impulsaron los emprendimientos de tipo start-up a la comunidad de graduados, los factores relacionados con la sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up en la comunidad de graduados y las posibles estrategias de negocio que permitan la sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up en Guayaquil.

En el Capítulo 4, se presentarán las conclusiones y recomendaciones de este trabajo de titulación. Las conclusiones se elaborarán a partir de los principales hallazgos del capítulo 3, como las principales razones por las que se emprendió o los atributos más comunes obtenidos en la tabulación de las entrevistas. Mientras que en las recomendaciones se mostrarán los principales obstáculos que se presentaron en este trabajo y las sugerencias que se deja para futuros investigadores con respecto a las variables, el tiempo del trabajo, la población y la técnica de análisis de datos.

Antecedentes

América Latina parece encontrarse constantemente en desventaja frente a continentes como Europa o Asia por el desarrollo tecnológico o las políticas gubernamentales. Ciertos hallazgos muestran que las pymes y microempresas juegan un papel muy importante en el crecimiento económico (Acs, Carlsson, & Karlsson, 1999). Es por esto que dentro de las medidas que han tomado los gobiernos de Latinoamérica para mejorar su competitividad frente a los otros continentes se encuentran los incentivos a los emprendimientos para el desarrollo del mercado, con el fin de generar valor agregado a dichos negocios antes de incorporarlos al mercado (Camayo, Vásquez, & Zavaleta, 2017).

Ecuador, como país de América del Sur y economía en vía de desarrollo, no ha escatimado esfuerzos para encontrar nuevos métodos de generación de riqueza para sus habitantes a través de las microempresas, buscando asegurar una economía saludable y atractiva para los mismos y posibles socios en el exterior (Carvajal & Auerbach, 2006). Se habla de potencialización de emprendimientos sobre todo por la contribución a la independencia laboral y económica de sus gestores y las condiciones en las que se desarrollan (Bruyat & Julien, 2001).

Se pueden considerar dos tipos de microempresas: (a) los emprendimientos; y (b) los start-ups (Marty, 2002). Los emprendimientos consisten en llevar a cabo una idea poniendo en uso todos los recursos disponibles: (a) financieros, (b) humanos, (c) tecnológicos, (d) entre otros (Shane & Stuart, 2002). El término emprendimiento tiene diferentes definiciones dependiendo de la cultura del autor o la percepción de los mercados (Bedoya & Arango, 2017).

Algunos autores explican que los emprendimientos son producto de tomar ventaja de las oportunidades que se presentan en el mercado o de una búsqueda exhaustiva de información sobre el sector donde se planea iniciar un negocio, siendo así que el emprendedor debe poseer carácter, actitudes y aptitudes que permitan aprovechar los recursos disponibles para generar estrategias efectivas que permitan la sostenibilidad del negocio propuesto (Madrigal, Arechavala, & Madrigal, 2012; Torres et al., 2017).

Otros autores afirman que el comportamiento emprendedor puede tener ciertas diferencias en términos demográficos como: (a) edad, (b) nivel socioeconómico, (c) sexo, (d) nivel de educación; que pueden influir en el horizonte que toma el negocio. Sin embargo, a pesar de todas las diferencias que existan entre los diversos emprendedores, estos autores afirman que todos los que emprenden guardan ciertos comportamientos en común que son muy frecuentes o más esporádicos, según la región o el contexto de la cultura (McClelland, 1961; Cordero, Astudillo, Carpio, Delgado & Amón, 2011).

Con la evolución del término emprendedor, Rodríguez (2009) ha definido dos concepciones: (a) un individuo con autoridad, que planifica cada paso a dar para emprender una actividad que tenga éxito, y (b) un individuo, sin autoridad, que exalta sus características personales para emprender una lucha. Se establecen dos tipos de emprendimientos: (a) por oportunidad; y (b) por necesidad (Rodríguez, 2009).

Los emprendimientos por conveniencia o por oportunidad, definidos por Díaz & Cancino (2014) citando a Dawson, Fountain, & Cohen (2011) son aquellos negocios que “influyen de forma directa en el crecimiento económico regional, sí generan ambientes positivos de emprendimiento, lo que trae desarrollo y bienestar a largo plazo en una comunidad” (p. 2). Los emprendimientos por oportunidad suelen ser producto de años de estudio y análisis de un sector, llevados a cabo por personas expertas no solo en temas administrativos, sino también en el sector específico donde se desarrollaría la empresa (Díaz & Cancino, 2014).

Los emprendimientos por necesidad, principalmente radicados en los países en vía de desarrollo, se reconocen por la urgencia de un empresario o ciudadano de crear una unidad de negocio con el fin de atender necesidades económicas y generar ingresos inmediatos que permitan sostener una familia (Larroulet & Ramírez, 2008; López & Apolinario, 2015). Según estudios del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), este tipo de emprendimiento es el más común en Ecuador debido a que el país está expuesto a la inestabilidad política y económica y las personas necesitan cubrir gastos de salud, educación, alimentación, vestimenta, vivienda o

transporte a través de negocios propios que generen mayores ingresos (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Samaniego, 2017).

Los emprendimientos por necesidad también están ligados a personas que deciden constituir un negocio en un sector en el que no son expertos porque reconocen una necesidad en dicho sector, pero con el riesgo de exponerse a un mercado inexistente (Marty, 2002). Según el reporte del Global Entrepreneurship Management (GEM) (2016), la mayor parte de los emprendimientos que se manejan en Ecuador son emprendimientos por necesidad, siendo un posible auge de creación las situaciones críticas del país.

1.1 Número de microempresas en Ecuador

Según datos del INEC, más del 85% del total de negocios cada año corresponde a microempresas o emprendimientos. Siendo así que Ecuador es considerado como uno de los países más emprendedores de la región latina (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

Tabla 1. Número de empresas por tamaño de empresas

Tamaño	2012	2013	2014	2015	2016
Microempresa	671.037	744.829	774.117	774.613	763.636
Pequeña Empresa	63.328	65.200	68.280	66.360	63.400
Mediana empresa A	7.130	7.683	8.206	8.331	7.703
Mediana empresa B	4.863	5.258	5.685	5.436	5.143
Grande Empresa	3.554	3.834	4.106	4.095	3.863
Total	749.912	826.804	860.394	858.835	843.745

Nota. Las cantidades no contienen decimales. Fuente: Obtenido del Directorio Empresarial 2016 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Adaptado por Gabriela Erazo.

Como se ve en la Tabla 1, la cantidad de emprendimientos que figuran en microempresa sobrepasa, por una notable diferencia, la cantidad de negocios que figuran en pequeña empresa. Ecuador es considerado como un país con inclinación al emprendimiento; solamente en el 2016, a pesar de una ligera reducción con respecto al año anterior, se pudo ver que 763.636 negocios eran microempresas de un total de 843.745 negocios, representando así el 90,51% de la actividad empresarial nacional.

Uno de los detalles más interesantes de esta elevada cantidad de emprendimientos es que son creados por necesidad y por ende enfrentan algunos problemas de sostenibilidad. Además, son unidades de negocio muy pequeñas y con pocos empleados. Lo que significa que no son fuentes

sólidas de empleo y no ayudan a reducir el desempleo nacional. En las Tablas 2 y 3, se muestra un resumen de las cifras anuales de número de microempresas y porcentaje promedio de desempleo respectivamente.

Tabla 2. Número de microempresas del año 2012 al año 2016

Años	Microempresa	Variación porcentual
2012	671.037	-
2013	744.829	11,00%
2014	774.117	3,93%
2015	774.613	0,06%
2016	763.636	-1,42%

Nota. Las cantidades no contienen decimales. Fuente: Obtenido del Directorio Empresarial 2016 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Adaptado por Gabriela Erazo.

Tabla 3. Porcentaje promedio de desempleo

Años	Tasa de desempleo anual	Variación porcentual
2012	4,92%	-
2013	4,74%	-3,66%
2014	5,13%	8,23%
2015	5,39%	5,07%
2016	6,81%	26,35%

Nota. Las cantidades no contienen decimales. Fuente: Obtenido del Banco Central del Ecuador (BCE). Adaptado por Gabriela Erazo.

En el primer período (2012-2013) se puede observar un incremento de empresas creadas en un 11,00%, sin embargo, el desempleo se redujo únicamente un 3,66% que equivale a 0,18 puntos porcentuales. Se podría decir que en este caso hubo una relación entre la creación de empresas y la reducción del desempleo. El segundo período (2013-2014) muestra que aumentó la cantidad de microempresas en un 3,93% y a su vez, aumentó el desempleo en 8,23%. Estos porcentajes varían totalmente del período anterior porque muestran que a pesar de que se crearon negocios para que sean 'fuentes de empleo', éste aumentó 0,39 puntos porcentuales.

En el tercer período (2014-2015) hubo una similitud con el período anterior. Las microempresas crecieron un 0,06% y el desempleo aumentó 5,07%, por lo que no se generaron nuevos empleos. En el último período considerado (2015-2016), se redujo la actividad emprendedora en un 1,42% respecto del año anterior y la tasa de desempleo anual aumentó en 26,35%, siendo el registro más alto en los 5 años considerados.

Estas cifras muestran el comportamiento del desempleo y la creación de emprendimientos que no están clasificados en oportunidad o necesidad.

Sin embargo, como visión general se evidencia que la generación de empleo no es uno de los principales objetivos de los emprendimientos en Ecuador.

Tabla 4. Cantidad de microempresas por actividad económica

Actividad Económica	Microempresa	Nro. Empresas
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	7,8%	59.716
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	2,1%	15.860
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	2,0%	15.460
Actividades financieras y de seguros.	0,2%	1.594
Actividades inmobiliarias.	2,4%	18.050
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	6,1%	46.380
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	0,1%	924
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	10,7%	81.823
Artes, entretenimiento y recreación.	0,7%	5.591
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	36,5%	278.929
Construcción.	3,2%	24.279
Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.	0,1%	662
Enseñanza.	2,3%	17.451
Explotación de minas y canteras.	0,3%	2.469
Industrias manufactureras.	8,6%	65.706
Información y comunicación.	0,8%	6.368
Otras actividades de servicios.	5,6%	42.534
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	0,0%	183
Transporte y almacenamiento.	10,4%	79.657
Total	100,0%	763.636

Nota. Las cantidades no contienen decimales. Fuente: Obtenido del Directorio Empresarial 2016 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Adaptado por Gabriela Erazo.

En la tabla 4 se evidencia que la actividad económica donde se encuentran concentradas la mayor parte de las microempresas de Ecuador es el comercio al por mayor (278.929), seguida de la agricultura, ganadería, acuicultura y pesca (81.823). Ambas actividades están orientadas hacia los negocios tradicionales al interior del país. En total, para el 2016 Ecuador contaba con 736.636 microempresas.

Para las microempresas se puede considerar un innovador concepto: start-ups. Según Marty (2002), los start-up pueden ser definidos como

“empresas que apuestan sobre el valor de una innovación y sobre su recepción por un mercado potencial” (p. 50). Los start-ups consisten en empresas que ofrecen un servicio o producto no convencional e innovador para satisfacer una necesidad no reconocida o no atendida en el mercado.

El mayor objetivo para los start-up es lograr satisfacer las expectativas de un mercado naciente y a diferencia de los emprendimientos convencionales, están constituidos sobre la idea del ‘valor agregado’ (Marty, 2002; Montoya, 2015). Siendo así que, un propósito sería ofrecer a los clientes un producto que tenga una ventaja competitiva y sostener esa ventaja al momento de competir con otros negocios tradicionales.

Existen diversos sectores para los start-ups, desde las diferentes actividades económicas convencionales hasta las más innovadoras, pero aun dentro de los sectores convencionales este tipo de microempresa busca el uso de tecnología para mejora de procesos (Pajares, López, & Hernández, 2016). Una desventaja es que las cifras oficiales registradas no muestran las microempresas por su tipo (oportunidad, necesidad o start-up), lo que hace más complicado hacer seguimiento de sus actividades.

El principal objetivo de los start-up es que el mercado dependa menos del procesamiento de materias primas (Camayo et al., 2017). Este objetivo permite contrastar los emprendimientos tradicionales con los start-up, donde más allá de las diferencias relacionadas al gestor, se entiende que la idea de los start-up es migrar de la era industrial a la era de la información (Montoya, 2015).

Debido a la gran influencia que ambos tienen sobre el desempeño económico del país, los gobiernos han tratado de promover programas de asesoría a emprendedores en los detalles técnicos de la constitución de un negocio y ciertos incentivos a través de las Cámaras y bancos públicos como el Banco Nacional de Fomento (Carvajal & Auerbach, 2006).

No obstante, a pesar de los diferentes programas de apoyo e incentivos al emprendedor, el desempeño de los emprendimientos que se generan cada año al interior del país no es el esperado, sea porque no ha habido una verdadera reforma de los estatutos de incentivos o porque se reconoce que los emprendimientos por necesidad son temporales y poco innovadores (Moreano, 2015).

Los gobiernos deben asegurar que las entidades de ayuda se encuentren a disposición de jóvenes y grandes empresarios, generadores de start-ups, con el fin de dar acceso a asesoría adecuada y a los recursos que requieran para enfrentar los problemas críticos más comunes que surgen en las empresas durante su tiempo de vida (Camayo et al., 2017).

Para los start-ups, uno de los inconvenientes más importantes es la exposición a un mercado poco explorado donde por un lado se pueden obtener grandes ganancias al ser pioneros de un producto/servicio o se puede incurrir en gastos extremadamente altos por estudios de investigación de mercado para un proyecto que tiene probabilidades de ser rechazado en la primera etapa (Marty, 2002).

Además, otro inconveniente para los start-up es que la mayoría de ellos son creados por jóvenes empresarios y para muchos la edad está relacionada con la inexperiencia. Por lo que se piensa que ser joven implica inexperiencia e ineptitud y mayor edad, cautela y sigilo (Brüderl & Preisendörfer, 2000; Alemany, Planellas, Álvarez, & Urbano, 2011; Lafuente, Vaillant, & Gómez, 2011; Messina & Hochsztain, 2015).

Tabla 5. Factores demográficos ligados al emprendimiento

		No poseen negocios	TEA	Negocios establecidos
Años de escolaridad		10,51	10,65	9,22
Edad promedio		34,8	35,56	42,1
Área	Urbano	62,23%	64,60%	48,67%
	Rural	37,77%	35,40%	51,33%
Sexo	Hombre	47,28%	52,01%	52,09%
	Mujer	52,72%	47,99%	47,91%
Sabe leer		97,86%	97,45%	93,54%
Categoría de ocupación	Tiempo Completo/Parcial	32,98%	21,02%	3,05%
	Tiempo Parcial Solamente	19,32%	14,08%	0,76%
	Retirado/Discapacitado	2,15%	0,91%	0,01%
	Dedicado al Hogar	27,40%	12,80%	0,76%
	Estudiante	8,20%	3,29%	0,38%
	Desempleado/otros	8,10%	3,66%	0,38%
	Auto empleado	1,85%	44,24%	94,66%
	Ingresos	Menos de \$366	30,41%	26,92%
	Entre \$367 y \$732	45,45%	46,71%	46,76%
	Más de \$733	24,14%	26,37%	25,10%

Nota. Las cantidades son aproximaciones decimales. Fuente: Obtenido del reporte de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016, elaborado por: Virginia Lasio, Guido Caicedo,

Xavier Ordeñana, Andrea Samaniego con la colaboración de Jack Zambrano. Adaptado por Gabriela Erazo.

En la tabla 5 se pueden observar 3 categorías: las personas que no poseen negocios, las que están incluidas en la tasa de emprendimiento temprano (TEA) y las que tienen negocios establecidos. El nivel de escolaridad más alto lo tienen las personas que han generado emprendimientos. Dentro de la categoría de ocupación, el porcentaje más alto de quienes no poseen negocios corresponde a los trabajadores de tiempo completo o parcial. Es un porcentaje esperado porque estas personas son los subordinados en el negocio de alguien más.

En la misma categoría de ocupación, el porcentaje más alto en la TEA lo tiene el auto-empleado, que es considerado como aquel trabajador que es su propio jefe, controla sus horarios y su tiempo y no debe rendir cuentas a un superior. Esto ligado al hecho de que uno de los objetivos de los emprendimientos es generar independencia laboral y económica.

En los negocios establecidos, el 94,66% corresponde también a los auto-empleados por el mismo hecho de que la intención de crear un negocio convencional o con un grado de innovación, es ser independiente. Finalmente, las 3 categorías consideradas: (a) no poseer negocios, (b) generar un emprendimiento o (c) poseer un negocio perciben, en su mayoría, ingresos que fluctúan entre \$367 y \$732.

Tabla 6. Porcentajes de emprendimientos por rango de edad, por oportunidad y por necesidad

Grupo de edad	Por oportunidad	Por necesidad
18-24	21,60%	16,00%
25-34	30,65%	33,50%
35-44	21,11%	22,50%
45-54	15,08%	15,50%
55-64	11,56%	12,50%

Nota. Las cantidades son aproximaciones decimales. Fuente: Obtenido del reporte de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016, elaborado por: Virginia Lasio, Guido Caicedo, Xavier Ordeñana, Andrea Samaniego con la colaboración de Jack Zambrano. Adaptado por Gabriela Erazo.

Según la tabla 6, el 51,76% de los emprendimientos por oportunidad se concentran en un rango de edad de 25 a 44 años. Por lo que la mayor parte de los negocios están constituidos por una población relativamente joven. Así también, el 56,00% de los emprendimientos por necesidad se

concentran en el mismo rango de edad, de 25 a 44 años. Las personas que llegan a esa edad se encuentran en la capacidad de haber alcanzado un título profesional y, por ende, poder emprender una unidad de negocios.

Dentro de la actividad emprendedora del país se sabe que Ecuador tiene un elevado índice de constitución de empresas, pero es también muy común que dichos negocios tengan problemas de sostenibilidad sobre todo por los niveles de tecnología e innovación de las empresas o por la capacidad de financiamiento (Cordero et al., 2011).

Los emprendimientos resultan ser de gran importancia, porque además del hecho de que generan independencia económica, permiten percibir mayores y mejores ingresos a nivel familiar ya que los niveles de ventas y gastos son controlados directamente por sus gestores y se pueden obviar ciertos costos y ajustar el presupuesto de manera que se alcancen los objetivos a corto y largo plazo (Dubini, 1989; Arteaga & Lasio, 2009).

También influye en los emprendimientos, las características del emprendedor que según Brockhaus (1982) pueden estar determinadas por 3 grandes segmentos: (a) todas las características ligadas al aspecto psicológico del emprendedor, donde la actitud de liderazgo, la inclinación a asumir riesgos y la intención de éxito personal son indicadores del deseo de emprender un negocio; (b) todas las enseñanzas/lecciones adquiridas de las experiencias laborales previas que motivan a un trabajador a querer fundar un negocio donde él sea su propio jefe y genere más riqueza; y (c) todas las características demográficas más comunes en emprendedores.

La edad puede ser un indicador de creación de emprendimientos, porque generalmente los emprendedores se encuentran en un rango de edad de 25 a 40 años (Brockhaus, 1982; Moriano, Palací, & Morales, 2006).

Los emprendimientos, ya sean puestos en marcha por personas oriundas del país o por extranjeros, tienen como premisa la creación de un nuevo producto o servicio. Es recomendable que dicho bien o servicio no se encuentre en el mercado o que tenga diferencias significativas con respecto al contenido y a las características (Curran & Stanworth, 1989). La idea de la innovación orienta a todos los emprendedores a crear productos que marquen una diferencia y generen una gran aceptación en el consumidor.

Arteaga & Lasio (2009), basándose en un estudio a empresas dinámicas en América del Sur (Kantis, Angelelli, & Moori, 2004) explican que muchos de los emprendimientos parecen estar orientados a un segmento definido: hombres, de nivel socioeconómico medio alto o alto, de entre 25 y 44 años, con nivel de escolaridad de tercer o cuarto nivel. Dejando de lado a mujeres, o personas de nivel socioeconómico medio, medio bajo o bajo como segmento no apropiado para generar negocios exitosos.

1.2 Contribución de los emprendimientos al PIB

Como se observa en la tabla 7, los ingresos por ventas generados en el 2016 se concentran principalmente en dos actividades económicas: (a) el comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, y (b) las industrias manufactureras. Estas dos actividades juntas representaron más de la mitad de los ingresos totales. La contribución más alta fue del comercio al por mayor y al por menor que representó 37,4% del total, mientras que las industrias manufactureras representaron el 20,4% del total. Las ventas reportadas por las microempresas representaron aproximadamente 7% de total de ventas anuales.

Tabla 7. Contribución de los emprendimientos al PIB

Actividad Económica	Ventas Totales (empresas)	Ventas Totales microempresas	% Ventas
Total	\$147.729.572.739	\$10.426.579.089	100,0%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	\$ 55.268.966.243	\$ 5.922.026.495	10,71%
Industrias manufactureras.	\$ 30.111.337.513	\$ 97.356.453	0,32%
Explotación de minas y canteras.	\$ 10.881.888.565	\$ 936.317.002	8,60%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	\$ 7.873.752.279	\$ 1.886.889	0,02%
Actividades financieras y de seguros.	\$ 7.388.913.154	\$ 6.405.487	0,09%
Construcción.	\$ 6.193.941.101	\$ 196.929.815	3,18%
Transporte y almacenamiento.	\$ 5.793.300.926	\$ 2.116.086.243	36,53%
Información y comunicación.	\$ 5.199.324.357	\$ 542.356.018	10,43%
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	\$ 4.389.996.469	\$ 343.295.797	7,82%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	\$ 3.192.101.065	\$ 26.619.095	0,83%

Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	\$ 2.558.804.245	\$ 5.341.202	0,21%
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	\$ 1.886.750.347	\$ 44.596.959	2,36%
Enseñanza.	\$ 1.882.442.066	\$ 114.331.518	6,07%
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	\$ 1.870.653.608	\$ 37.871.846	2,02%
Actividades inmobiliarias.	\$ 1.555.358.275	\$ 1.881.984	0,12%
Otras actividades de servicios.	\$ 778.396.673	\$ 17.788.318	2,29%
Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.	\$ 639.062.186	\$ 13.272.719	2,08%
Artes, entretenimiento y recreación.	\$ 258.835.471	\$ 1.895.077	0,73%
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	\$ 5.748.196	\$ 320.171	5,57%

Nota. Las cantidades no contienen decimales. Fuente: Obtenido del Directorio Empresarial 2016 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Adaptado por Gabriela Erazo.

1.3 Generación de empleo por parte de las microempresas

En la tabla 8 se especifica la cantidad de personas que están afiliadas por las distintas actividades económicas. La actividad económica que más personas afiliadas reporta es el transporte y almacenamiento, donde 36,53% de las personas están formalmente afiliadas al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). La segunda actividad que reporta una gran cantidad de afiliados es el comercio al por mayor y al por menor, que representa un 10,71%.

Tabla 8. Personas afiliadas al IESS en las actividades económicas de Ecuador

Actividad Económica	Afiliados todas las empresas	Afiliados microempresas	% Total
Total	2.937.554	188.178	100,00%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	543.289	58.213	10,71%
Industrias manufactureras.	396.706	1.283	0,32%
Explotación de minas y canteras.	311.535	26.806	8,60%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	270.067	65	0,02%

Actividades financieras y de seguros.	214.582	186	0,09%
Construcción.	164.537	5.231	3,18%
Transporte y almacenamiento.	162.659	59.414	36,53%
Información y comunicación.	150.662	15.716	10,43%
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	135.728	10.614	7,82%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	132.555	1.105	0,83%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	122.712	256	0,21%
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	68.287	1.614	2,36%
Enseñanza.	66.258	4.024	6,07%
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	56.201	1.138	2,02%
Actividades inmobiliarias.	46.140	56	0,12%
Otras actividades de servicios.	36.659	838	2,29%
Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.	21.731	451	2,08%
Artes, entretenimiento y recreación.	18.733	137	0,73%
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	18.513	1.031	5,57%

Nota. Las cantidades no contienen decimales. Fuente: Obtenido del Directorio Empresarial 2016 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Adaptado por Gabriela Erazo.

1.4 Contextualización del problema

La problemática gira en torno al desconocimiento de las causas que motivan a la comunidad de graduados a emprender un negocio en lugar de ser asalariados, la baja sostenibilidad de los emprendimientos en Ecuador que conlleva a los negocios al fracaso prematuro y el tipo de indicadores que deberían ser considerados antes de tomar la decisión de constituir un emprendimiento.

El problema de sostenibilidad suele hacerse evidente a partir del primer año cuando existen planes de expansión o en caso del incremento de la competencia, ya que en ese momento se ven con claridad los diversos problemas relacionados con las decisiones gerenciales tomadas en el pasado (Evers, 2003). La sostenibilidad y la competitividad de las empresas no forman parte de la fortaleza del sector empresarial de Ecuador, por lo que es necesario analizar cuáles son las causas más comunes por las que un

negocio no es sostenible. Al representar las microempresas más del 70% de los negocios en Ecuador, se debe prestar atención a cada detalle para no llevar a la economía a un punto de recesión y lograr disminuir el impacto de los problemas de sostenibilidad en los emprendimientos.

Son pocas aún las investigaciones realizadas en el sector del emprendimiento de tipo start-up de las cuales: (a) unas cuantas muestran resultados no concluyentes debido a la falta de información disponible, y (b) otras tienden a generalizar resultados con muestras muy pequeñas. Esta situación ha despertado el interés para llevar a cabo un análisis en el que se determine en qué medida el tipo de emprendimiento y el sector dónde se lleva a cabo están asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos.

Planteamiento del problema

En el planteamiento del problema se tomará en consideración el objetivo general, los objetivos específicos, la justificación del trabajo de titulación, las preguntas de investigación, la hipótesis, las limitaciones y las delimitaciones.

1.5 Objetivo general

El objetivo general trazado es estudiar las causas y sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up en la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.5.1 Objetivos específicos

Partiendo de ese objetivo general, se han establecido los siguientes objetivos específicos: (a) realizar un análisis de la situación actual de los emprendimientos generados por la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, (b) identificar las causas que impulsaron los emprendimientos de tipo start-up en la comunidad de graduados, (c) identificar los factores relacionados con la sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up en la comunidad de graduados, (d) presentar estrategias de negocio que permitan la sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up.

1.6 Justificación

El presente trabajo tiene relevancia porque permitirá obtener un mayor conocimiento de las causas que llevaron a emprender a personas en el pasado, y para futuros emprendedores que inician sus gestiones después de obtener su título universitario, para que a través de la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, se conozcan las debilidades de la constitución de emprendimientos y su sostenibilidad en el tiempo y de la misma manera se obtenga un lineamiento más claro de cuáles variables tiene mayor influencia en la intención de emprender.

También se justifica su realización pues sirve como base a la comunidad universitaria para que pueda reconocer las carencias de las mallas curriculares y examinar las necesidades reales que tiene un estudiante de tercer nivel. Esto debido a que las Facultades Empresariales

tienen el conocimiento administrativo, pero no siempre potencian la habilidad técnica para los sectores específicos.

La investigación se justifica también por su aporte al sector financiero, al mostrar que existen diversos parámetros de evaluación que pueden ser considerados para poder otorgar los créditos. Lo que puede incentivar el microcrédito a tasas de interés y plazos más viables. Finalmente, este trabajo puede contribuir al Gobierno como un análisis de la situación de los emprendimientos de profesionales recién graduados que les permita invertir en incentivos a este tipo de unidades de negocio y la legislación de normativas que protejan al emprendedor.

Se espera que este trabajo pueda motivar a jóvenes empresarios a desarrollar las ideas que tienen en mente sin importar lo poco convencionales que sean, mientras el propósito consista en generar beneficio a la comunidad. El deseo de alcanzar una meta empieza en la mente del emprendedor, por lo que un amplio conocimiento de las experiencias de los demás y los errores comunes que afectan la sostenibilidad de un negocio pueden ser una estrategia eficaz para reducir los riesgos que se presenten durante el proceso.

1.7 Preguntas de investigación

¿Cuál es la situación actual de los emprendimientos generados por la comunidad de graduados de la Universidad Católica?

¿Cuáles son las causas que impulsaron los emprendimientos de tipo start-up en la comunidad de graduados?

¿Cuáles son los factores relacionados con la sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up en la comunidad de graduados?

¿Qué estrategias permiten la sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up?

1.8 Hipótesis

Se plantearon dos hipótesis de investigación, las cuáles son:

H₀: Los emprendimientos de tipo start-up, considerando el sexo y la edad del emprendedor, no son sostenibles en el tiempo en la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

H₁: Los emprendimientos de tipo start-up, considerando el sexo y la edad del emprendedor, son sostenibles en el tiempo en la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

1.9 Limitaciones y delimitaciones

Una limitante de esta investigación es que solo se considerarán como población a la comunidad de graduados de dos facultades de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Las demás facultades serán excluidas por el tiempo que se dispone para la investigación y porque después de un breve análisis se pudo concluir que, por la orientación de las mallas académicas, no hay altas probabilidades de emprendimiento. Se excluirá también a las demás universidades de Guayaquil.

Otra limitación es que al considerar únicamente microempresas de tipo start-up se excluirán pymes de tipo “A”, pymes de tipo “B” y grandes empresas, considerando únicamente los emprendimientos (microempresas) por oportunidad, por necesidad y de tipo start-up. Se dejará de lado también otras provincias que colaboran con el crecimiento de la economía. Asimismo, no se estudiará desde las primeras microempresas que se fundaron en Ecuador, sino un período más reciente y factible, para tener mejor acceso a información y debido a que los sitios oficiales del Gobierno están actualizados hasta el 2016, trabajando con aproximaciones para el 2017.

Además, dentro de las limitaciones del estudio están que las encuestas se manejarán en línea a través de Google Forms, por lo que se trabajará únicamente con los correos que sean válidos y estén actualizados de la base de datos. Finalmente, para las entrevistas se trabajará con el 10% de los resultados válidos obtenidos en la encuesta, debido a la limitante de tiempo por parte del investigador y de la población estudiada. Además que por la limitación de tiempo no se podrá probar las encuestas ni entrevistas con alfa de Cronbach ni ley de componentes principales, sino a través de la revisión de un experto en el campo.

En las delimitaciones se certifica que la investigación se concentra en la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, específicamente en las Facultades de Ciencias Económicas y Administrativas y Especialidades Empresariales. Esta investigación

considerará únicamente emprendimientos (microempresas) de tipo start-up que se encuentren localizados en la provincia del Guayas, específicamente en Guayaquil. Además, que el período de estudio será la comunidad de graduados de los últimos 3 años (del 2014 al 2016). Otra delimitación es que se considerará a la sostenibilidad en su contexto de durabilidad en el tiempo y que se realizarán encuestas en línea y entrevistas al 10% de la población.

Marco Teórico

Los emprendimientos han ganado mucha participación dentro del total de empresas existentes en Ecuador (Brockhaus, 1982; Arteaga & Lasio, 2009; Díaz & Cancino, 2014). La denotación de la palabra emprendimiento tuvo sus inicios en 1735 y su primer significado concreto se atribuye al economista francés Richard Cantillon que denominó como 'entrepreneur' a toda persona que lidera o pone en marcha unidades de negocio, que está listo para establecer una empresa usando todos los recursos que tiene disponible y juntando todos los esfuerzos para alcanzar sus objetivos (González, 2004; Rodríguez, 2009; Arévalo, Padilla, & Wong, 2016; Contreras, et al., 2017).

Richard Cantillon es considerado como uno de los precursores del término emprendimiento, ya que fue uno de los primeros en definirlo y analizarlo. Cantillon defendía la postura de que el emprendedor debe saber enfrentarse a los riesgos inherentes a la actividad emprendedora sosteniendo que el capital no es el elemento más importante para mantener un negocio sostenible, sino la forma en la que el emprendedor maneja los problemas del entorno (Hébert, 1985).

Los emprendimientos son aquellos negocios que se caracterizan por ser puestos en marcha por personas que saben asumir riesgos y vivir en el presente para conseguir resultados a futuro. En los emprendimientos existe una gran diferencia entre emprendedor y empresario, el empresario es aquel que trabaja con el fin de obtener ganancias, mientras que el emprendedor trabaja sin esperar una ganancia concreta, pero con total atención a los cambios que se presenten en el ámbito laboral y sus principales actores: competidores, proveedores, clientes, entre otros (Cantillon & Jevons, 1950; Rodríguez, 2009).

Se puede decir también que los emprendimientos tienen como principal objetivo atender las necesidades reales del consumidor con la menor huella ambiental y optimizando el uso de los recursos disponibles, puesto que los emprendimientos son producto de constante evolución e innovación, es necesario un compromiso con la identidad del negocio, con la misión de proveer un bien o servicio y de transmitir los valores a las partes interesadas [Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid (AJE), 2014].

La literatura relacionada con el emprendedor y sus características plantea dos pensamientos: el emprendedor es alguien que se hace o es alguien que nace con actitud de consolidar proyectos (Henry, Hill, & Leitch, 2005). Sin embargo, no hay evidencia suficiente de cuál de las dos corrientes es la más acertada. Para algunos autores (Brazeal & Herbert, 1999) el emprendimiento está aún en etapa de infancia, es decir que es complicado delimitarlo y definirlo. Otros (Low, 2001) sostienen que el emprendimiento se encuentra en etapa de adolescencia ya que la cantidad de investigaciones, conferencias o debates académicos lo han llevado a ser más fácil de entender y estudiar.

1.10 Teorías del emprendimiento

Se consideraron cuatro teorías del emprendimiento que pueden describir el perfil del emprendedor universitario de la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.10.1 Teoría de Frank Knight

Frank Knight, PhD y profesor de Economía de la Universidad de Iowa realizó sus aportes a las teorías del emprendimiento a partir de su libro 'Risk, Uncertainty & Profit' (1964) donde pone al emprendimiento en perspectiva de tres variables: (a) riesgo, (b) incertidumbre, (c) ingresos. Knight sugiere al inicio imaginar un escenario donde no existan incertidumbres con respecto a las tendencias y la volatilidad del mercado para poder tener una perspectiva más amplia de lo que sucede en realidad.

La relevancia de este libro se debe a que este autor revisa los principios que sostienen al emprendimiento, siendo uno de ellos la teoría del beneficio. Algunos autores explican que es complicado analizar este libro según los principios de la economía moderna, ya que Knight lo escribió en un contexto distinto. Sin embargo, sus aportes siguen siendo de gran importancia para las teorías de emprendimiento actuales (Langlois & Cosgel, 1993; Tarapuez, Zapata, & Agreda, 2008).

Knight (1964) también sostiene que los emprendimientos dependen de la capacidad que tenga el emprendedor para generar calidad, la cual determina el número de empresas que se crearán y su sostenibilidad en el tiempo. Se puede decir que la mayor limitación del emprendedor es el nivel

de liderazgo que posee, esto lo llevará a generar ingresos de dos maneras: (a) por su habilidad gerencial y buena suerte en los negocios; y (b) porque la sociedad tiene escasez de seguridad por sí misma.

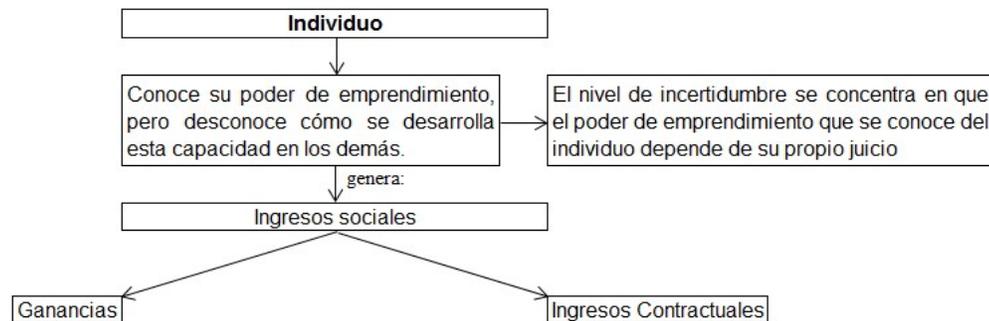


Figura 1. Teoría del emprendedor y la incertidumbre

Fuente: Extraído de Knight, F. (1964). Risk, uncertainty and profit. Nueva York, Estados Unidos: Sentry Press. Adaptado por Gabriela Erazo.

Se entiende a través de la figura 1 que el individuo tiene la capacidad de emprender y puede descubrirla en su forma de actuar, sin embargo, se complica intentar entender cómo se desarrolla la actitud emprendedora de los demás pues parte del comportamiento de cada persona. Knight pone como incertidumbre el hecho de que el emprendimiento está representado por la percepción del individuo, que genera un juicio sobre su desempeño y sus expectativas y que es subjetivo porque cambia según cada persona.

Knight menciona también en su teoría que un emprendedor necesita de una comunidad o entorno dispuesto a participar en el proyecto para que este funcione. Al inicio se debe establecer quien estará a cargo de las decisiones con respecto al establecimiento y crecimiento del negocio y será esa persona quien oriente a los demás a trabajar por el objetivo que se tiene en mente. Las decisiones están sujetas al juicio del emprendedor, más allá de cualquier gerente experto, porque es el creador quien conoce el origen y la proyección del negocio (Langlois & Cosgel, 1993).

En el Capítulo 2 de su libro, denominado *theory of profits*, Knight manifiesta que hay 4 elementos involucrados en la generación de ingresos del emprendedor: (a) una ganancia superior proveniente de una pérdida inferior (no generada por el mismo emprendedor); (b) una ganancia proveniente de las gestiones del emprendedor y su habilidad para optimizar el uso de la mano de obra y el capital; (c) la habilidad de involucrarse como

emprendedor, en la generación de mejoras; y (d) las ganancias que se obtienen bajo la premisa 'la demanda es superior a la oferta'.

En el Capítulo 9, denominado *Enterprise and profit*, se habla del invaluable aporte de las empresas a la eficiencia de la economía. Debido a que el emprendedor no es un individuo al azar, debe tener el poder de convencer a su entorno de la viabilidad de su juicio. Cuando el emprendedor tiene posesiones que le permiten manejar todo sin la ayuda de nadie, no es necesario convencer a los demás de la rentabilidad del proyecto. Sin embargo, si los recursos que posee son escasos, necesitará convencer al entorno para que apueste por su idea.

El éxito se pone en perspectiva de: (a) el fracaso del juicio del emprendedor; y (b) la ineficiencia de la competencia en el sector. Para Knight, el éxito consiste en usar todos los recursos que se encuentren disponibles en el ambiente y que puedan ser relevantes para el emprendimiento. Este autor se concentra en la satisfacción que le genera a cualquier individuo la idea de ser su propio jefe.

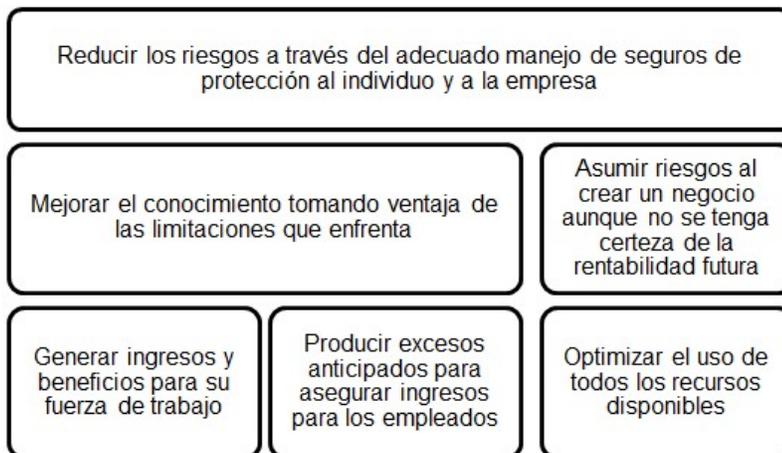


Figura 2. Funciones del emprendedor según Frank Knight

Fuente: Extraído de Knight, F. (1964). *Risk, uncertainty and profit*. Nueva York, Estados Unidos: Sentry Press. Adaptado por Gabriela Erazo.

En la figura 2 se puede detallar quien es el emprendedor para Knight. Esta teoría da mucha relevancia al riesgo y a los ingresos que se generan asumiendo dichos riesgos. Los recursos tienen un rol importante dentro del emprendimiento porque son los que permiten la creación y desarrollo del negocio. El emprendedor debe saber manejar todo lo que está a su alrededor como una ventaja que lo ayude a conseguir aquello que busca. El

riesgo puede ser manejado a través de seguros, los ingresos pueden ser obtenidos a través de los excesos anticipados y los recursos están en el entorno listos para que un emprendedor con visión los emplee.

Los riesgos son aquellas incertidumbres presentes en el mercado que el emprendedor debe sobrellevar para al final generar beneficios para todos quienes forman parte del emprendimiento (Knight, 1964). A pesar de que Knight puede parecer un poco ambiguo al momento de referirse a los emprendedores, se puede sostener que además de ser alguien muy perceptivo con las necesidades del mercado y sin una relación directa con el riesgo, el emprendedor es sobre todo un individuo que goza de suerte en los negocios. Esta suerte ocupa un gran lugar en su teoría porque es una de las razones que llevan al emprendedor al éxito (Tarapuez, et al., 2008).

1.10.2 Teoría de Joseph Schumpeter

Joseph Schumpeter fue un economista austriaco que estudió el concepto del emprendedor desde un punto de vista económico. Sus principales aportes a la teoría del emprendedor se encuentran en el libro *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*, escrito originalmente en alemán y publicado en 1911. La teoría de Schumpeter (1949) indica que el emprendedor es un ser que debe estar enfocado únicamente en la actividad emprendedora/empresarial para obtener los resultados esperados.

Se fija el principio de la materia, que quiere decir que, si un emprendedor maneja todo el proceso de creación de la empresa de la manera correcta, obtendrá ganancias que permanecerán en su poder por ser el gestor de la idea. Sin embargo, aquellos empresarios que no pongan total empeño en la creación de la empresa, no recibirán los ingresos esperados. Los ingresos son el mayor beneficio que se desprende del emprendimiento y son considerados como 'los ingresos del promotor' estando siempre relacionados con el empeño puesto en el desarrollo (Schumpeter, 1949).

Los aportes de Schumpeter al campo del emprendimiento datan de hace más de 100 años y su relevancia se debe a que este autor dedicó muchos años de su vida a estudiar el emprendimiento y su impacto en la sociedad, cubriendo algunos aspectos. Uno de estos impactos de los que se habla (Schumpeter, 1949) es la ventaja del principio del precio de monopolio,

donde un emprendedor que inicia un negocio en un sector innovador o prácticamente nuevo puede imponer su precio en el mercado y ganar más por ser el primero. El emprendedor como tal no es un individuo al azar, es más bien alguien perceptivo que toma ventaja de las oportunidades del entorno para obtener resultados a su favor y orientar la economía hacia las ganancias esperadas (Carmen & Viveros, 2010).

Galindo, Méndez y Castaño (2016) también se refieren a la actividad emprendedora como la adecuada gestión de los diversos factores que se encuentran en el entorno y que generan el concepto 'clima social'. El clima social está compuesto por los factores económicos y sociales que pueden provocar tensión entre los habitantes por la mínima percepción de desigualdad de oportunidades. El emprendimiento depende, para su éxito y sostenibilidad, de un adecuado clima social que es gestionado por el gobierno.

Esta teoría da mucha relevancia a la innovación, ya que más allá de las oportunidades del mercado, es el emprendedor el que debe estar muy atento a aquello que puede ayudarlo a alcanzar sus objetivos (Galindo et al., 2016). Esto quiere decir que todos los cambios del entorno pueden ser una oportunidad para generar un beneficio común, pero solo los líderes podrán darse cuenta. La perspicacia del emprendedor no es producto de la casualidad, es parte su comportamiento.

Schumpeter realza la importancia del rol del emprendedor por su aporte a la unidad de negocio y su habilidad de innovación. Espíritu y Sastre (2007) tomando como referencia a Kirzner (1973) definen que el espíritu emprendedor es aquel que se percata de las oportunidades presentes en el entorno a través de la diversidad de percepciones del individuo. Siendo así, que muchas oportunidades provienen de negocios anteriores fallidos o de la poca confianza de los emprendedores para mejorar un aspecto existente.

La innovación en los negocios es importante porque permite a las empresas ser más competitivas y generar un beneficio sobre todo al consumidor. Sin embargo, Schumpeter en el capítulo de entrepreneurial profit, argumenta que la innovación es peligrosa e inalcanzable para ciertos negocios que no saben manejar los costos de producción y las estrategias de la competencia. Se muestra que la innovación no siempre está ligada a

tecnología o a la creación de un proceso desde cero, muchas veces la innovación está relacionada con una nueva combinación de factores o procesos, dejando claro que el abaratamiento de costos no debe afectar la calidad del servicio o producto final (Schumpeter, 1949).

Se habla del emprendedor que transporta el riesgo más no lo asume. Schumpeter explica que cuando se constituye una empresa se suele buscar financiamiento de inversionistas, siendo ellos los que a través de su dinero impulsan el negocio. Sin embargo, el riesgo de que el negocio falle afecta más al inversionista que al emprendedor. Asimismo, en el caso de un emprendedor que utiliza sus propios recursos para crear la empresa, el riesgo de que la empresa no alcance sus objetivos es del individuo como fuente de financiamiento, no del individuo como emprendedor. Es por esta razón que Schumpeter asevera en su libro que la actividad emprendedora bajo ningún caso se encuentra en la postura de tomar riesgos.

En la figura 3 se puede ver un extracto de aquellas funciones que Schumpeter reconoce en el emprendedor. Donde una de las que más menciona en su libro es la innovación, ya que este economista austriaco considera que la innovación genera diferenciación en los emprendimientos y permite beneficiar a una nación.

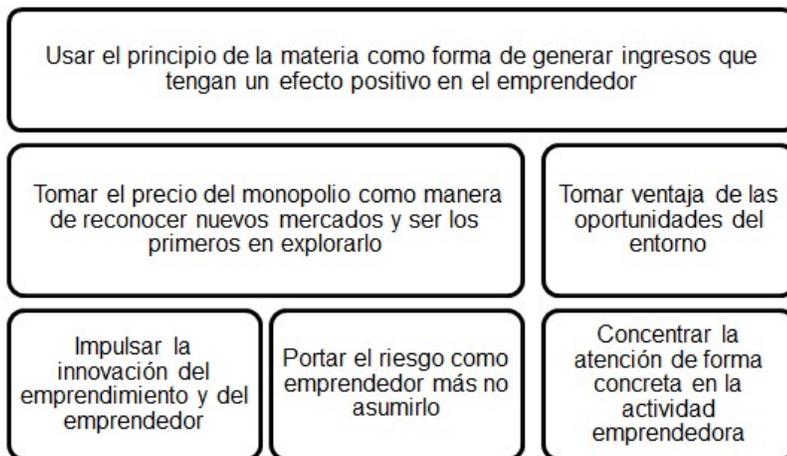


Figura 3. Funciones del emprendedor según Joseph Schumpeter

Fuente: Extraído de Schumpeter, J. (1949). *The theory of economic development. An inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle.* Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press. Adaptado por Gabriela Erazo.

Debido a que Schumpeter, siguiendo las tendencias de Karl Marx, consideraba que el capitalismo era la forma más adecuada de manejar la

economía, sostenía su forma de pensar en esa ideología. Se manifestaba que ciertos aspectos como el manejo de salarios se escapaban de las manos del emprendedor y constituían una ventaja y desventaja para el desarrollo. "Sin desarrollo no hay ingresos y sin ingresos no hay desarrollo" (Schumpeter, 1949, p. 154). En esta frase se explica que el emprendedor busca crecer, innovar y aportar a la economía, sin embargo, no puede hacerlo sin ingresos. De la misma manera, un negocio que no se desarrolla ni innova sus procesos no es atractivo para los consumidores y por ende no genera ingresos.

1.10.3 Teoría de Andy Freire

Otra de las teorías que sostiene el emprendimiento es la teoría del triángulo invertido de Andy Freire, licenciado en Economía de Argentina, que en el 2004 publicó el libro 'Pasión por emprender. De la idea a la cruda realidad' donde argumenta que el emprendimiento tiene 3 ejes: (a) proyecto, (b) capital; y (c) emprendedor. Esta teoría es de gran aporte a este trabajo porque además de hacer un amplio estudio sobre el propósito del emprendedor, desarrolla su teoría en una perspectiva latinoamericana. Al ser un empresario involucrado en los negocios y el liderazgo desde muy temprana edad, tiene una visión de la vida empresarial muy arraigada en la personalidad. Y al ser latinoamericano, puede conducir su investigación en un contexto muy similar al de Ecuador.

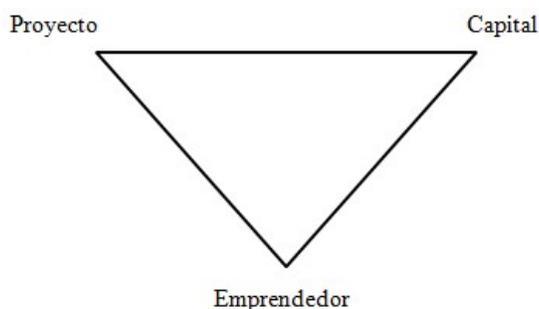


Figura 4. El triángulo invertido según Andy Freire

Fuente: Extraído de Freire, A. (2004). Pasión por Emprender: de la idea a la cruda realidad. Buenos Aires: Editorial Norma, p. 32.

En la figura 4 se muestra que la teoría está orientada hacia 3 ejes: (a) proyecto, (b) capital, y (c) emprendedor; ubicados estratégicamente en forma de un triángulo invertido. El proyecto se encuentra en la parte superior izquierda, el capital en la parte superior derecha y el emprendedor en la

parte inferior de la figura. Según Freire (2004) “cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a por lo menos una de estas tres razones, o a alguna combinación entre ellas: el emprendedor no fue bueno, no obtuvo el capital necesario o el proyecto emprendido era equivocado” (p. 33). Esta teoría es muy específica al determinar que estos tres componentes mencionados son los que más inciden en el emprendimiento y que para que sea exitoso, todas las variables deberán funcionar correctamente.

El eje del emprendedor es el componente más importante, ya que el peso del proyecto y capital están orientados hacia él. Esto quiere decir que, si hay una buena idea, pero el capital no es suficiente, el buen emprendedor gestionará fuentes de financiamiento para llevar a cabo el proyecto. Y si hay capital para invertir, pero no hay una idea clara de qué sector es rentable, el buen emprendedor analizará todas las ventajas del mercado para llevar a cabo un emprendimiento sostenible (Freire, 2004).

Esta teoría da mucha relevancia al emprendedor y su comportamiento frente a cualquier obstáculo que involucre a las otras dos variables. Se puede analizar el comportamiento del emprendedor desde el entorno familiar, socio-laboral y personal, como manera de asegurar el éxito del proyecto y el adecuado financiamiento (Moriano, et al., 2006).

Las familias pueden ser el origen de emprendimientos exitosos por la confianza incondicional que existe entre los miembros, que muestran orgullo cuando se obtienen los resultados esperados y no reprochan cuando hay pérdidas o fracaso. Sin embargo, la actividad emprendedora realizada en familia tiene acceso a una red más limitada de contactos (Santamaría, Moreno, Torres, & Cadrazco, 2013).

En el aspecto social se entiende que la cultura influye en la forma en la que los individuos definen el emprendimiento, su aceptación o rechazo a la actitud emprendedora o el deseo de emprender según las necesidades de la comunidad (Chandra, 2013). En la parte personal se puede considerar al emprendedor como individuo. Según Freire (2004) varios autores atribuyen que el emprendedor se hace, otros que es una condición con la que se nace. Pero él detalla que cada individuo tiene tres aspectos: (a) talentos; (b) meta-habilidades; y (c) hábitos técnicos.

El talento se podría definir como la unión de habilidades desarrolladas por un individuo (entrenamiento) y cualidades inherentes al ser humano (aptitudes) (Lozano, 2007). El talento permite que el emprendedor potencie su experiencia previa en negocios y siga sus instintos en momentos de duda. La meta-habilidad es un término definido por Amy y Arnold Mindell en su libro 'Metaskills: The spiritual art of therapy' en 1995. Se define como la actitud del sentir revelada en el día a día, consiste en ir más allá de las habilidades adquiridas (Mindell & Mindell, 1995). El emprendedor necesita de la meta-habilidad para saber responder con proactividad a las diferentes adversidades. Por último, los hábitos son definidos por Covey (1990) como "una intersección de conocimiento, capacidad y deseo" (p.70). Los hábitos son producto de las actividades cotidianas y se recomienda que el emprendedor forje hábitos orientados hacia el éxito empresarial.

Para Freire los emprendedores son también personas decididas a generar un cambio que pueden encontrarse en tres grupos: (a) luchadores, (b) los caza-olas, y (c) los gladiadores. Los luchadores son aquellos individuos que recurren al emprendimiento porque no tienen otra opción. Los caza-olas son aquellos emprendedores que inician sus negocios según las modas del mercado y van de industria en industria tratando de siempre ocupar un espacio importante en el mercado. Los gladiadores son aquellos que ven al emprendimiento como su primera opción a pesar de todas las profesiones que podrían ejercer, siendo así que su objetivo es tomar las oportunidades del mercado aún con el riesgo que implica (Freire, 2004).

En el eje del proyecto se puede decir que todo se origina con una idea. Uno de los principales problemas del emprendedor es que tiende a creer que su idea debe ser única para ser buena, cuando en realidad las ideas muy pocas veces son 100% originales. La mayor parte del tiempo las ideas se generan en la mente del emprendedor producto del análisis de un proyecto fallido o al observar una necesidad poco atendida en el mercado. El problema de creer que la idea es única lleva al emprendedor a ser sobre protector y no medir el nivel de aceptación de la misma en el mercado, esto puede generar dos tipos de fracasos: (a) el fracaso a largo plazo ya que se desconoce la percepción total del mercado, los puntos a favor y los puntos en contra, y (b) el fracaso a corto plazo originado porque nunca se concreta

el proyecto, esto debido a que el emprendedor no se siente seguro de impulsar su idea en el mercado (Freire, 2004).

En el eje del capital, Freire (2004) explica que es posible iniciar un negocio sin capital porque se inicia desde el momento en que se concibe la idea. Sin embargo, el capital permite enfrentar tres escenarios: (a) poner la empresa en funcionamiento, (b) impulsar el desarrollo progresivo, y (c) reducir los riesgos. A partir del capital inicial se adquieren los activos fijos y circulantes, la mano de obra, las instalaciones, entre otros para poner una empresa en funcionamiento. Luego, a través del capital guardado en ahorro se pueden sugerir planes de desarrollo y expansión para acaparar nuevos sectores. Y finalmente, se pueden reducir los riesgos ya que se tiene cierto dinero destinado a enfrentar inconvenientes financieros.

1.10.4 Teoría de Allan Gibb

Allan Gibb hace aportes más recientes a las teorías de emprendimiento creando un nexo entre emprendimiento y universidades. Gibb, como profesor emérito de la Universidad de Durham, se interesa en saber por qué los jóvenes universitarios se involucran en la vida empresarial.

Un valioso aporte para el emprendimiento se encuentra en el artículo 'Towards the Entrepreneurial University' donde busca, junto al Director de Investigación y Educación Paul Hannon, explicar la importancia de la cooperación entre las universidades y el sector empresarial. Según un amplio consenso reflejado en ese trabajo, el sector empresarial demanda que las universidades impulsen una actitud más emprendedora en sus estudiantes (Gibb & Hannon, 2006).

Las universidades entienden el rol que ocupan en el impulso de jóvenes emprendedores, por lo que cada vez se involucran más en su formación (Espíritu & Sastre, 2007). Pero no se trata únicamente de la educación, sino de la actitud del estudiante universitario o profesional frente a la idea del auto-empleo. Se dice que a medida que el estudiante avanza en su malla académica debería sentirse más atraído hacia el deseo de emprender, sin embargo, existe el razonamiento de que emprender cuando se está cerca de obtener un título profesional implica muchos riesgos por lo que es más acertado ser un asalariado (Gibb & Hannon, 2006). Esto quiere

decir que, indiferente de la malla curricular, es el individuo quien al final opta por ser un auto-empleado o ser un asalariado.

Gibb reconoce la importancia del individuo en sociedad. Se entiende que el ser humano está en constante transformación y siempre camina hacia el futuro buscando cambios que sean respuesta a las necesidades del entorno, no obstante, la presión de las familias o de las personas más allegadas con respecto a la importancia del dinero, desalienta el deseo de emprender y lleva a los jóvenes empresarios a enrolarse en una empresa para generar ingresos sin el riesgo de inversión. Es por esto que muchas veces los emprendimientos por parte de jóvenes se dan cuando aumenta el desempleo o cuando hay una mala situación económica (Espíritu & Sastre, 2007; Jensen & Jones, 2011; Gil, 2017).

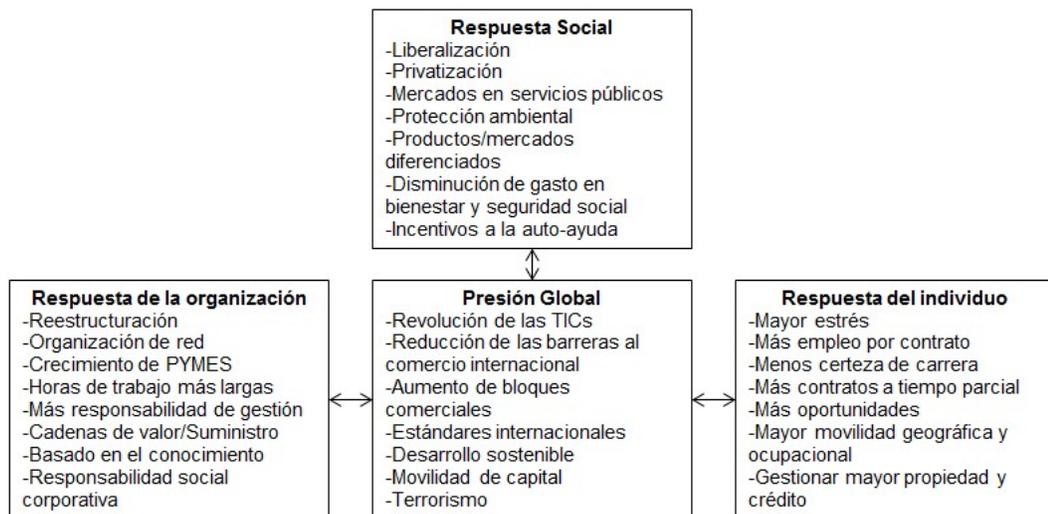


Figura 5. La sociedad emprendedora por Allan Gibb

Fuente: Extraído de la adaptación de Gibb, A., & Hannon, P. (2006). Towards the entrepreneurial university. *International Journal of Entrepreneurship Education*, IV(1), 73-110 de un aporte del mismo autor en 1999, p.6. Adaptado por Gabriela Erazo.

En la figura 5, se muestra un detalle de cuáles son las principales presiones que inciden en el emprendedor, algunas relacionadas con tecnología e innovación, otras con el ambiente y el comportamiento del entorno. Gibb también muestra cuáles son las principales medidas que se dan como respuesta por parte de la sociedad, de la organización y del individuo. A pesar que este cuadro tiene una perspectiva macro del ambiente, sirve como referencia para analizar qué es lo que los gobiernos, sociedades e individuos de otros países han hecho para incentivar el emprendimiento.

Para Gibb, los títulos universitarios ya no cumplen las mismas funciones que antes de asegurar trabajo para quien lo posea. Debido a la mejora de la competitividad académica, los títulos universitarios permiten al profesional ingresar en el mundo laboral, pero su crecimiento profesional dependerá de cuanto esfuerzo ponga en la mejora continua de su nivel académico (Gibb & Hannon, 2006).

Para Gibb es importante que se motive a los estudiantes a tomar carreras relacionadas con emprendimiento por el aporte que éstas tienen a la economía. Se hace mucho énfasis en la creación de empresas con valor agregado e impacto en la sociedad, empresas que atiendan necesidades del mercado (Gibb & Hannon, 2006).

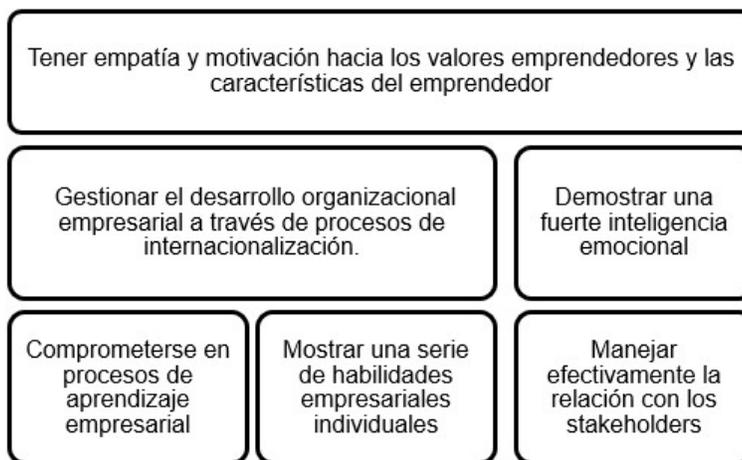


Figura 6. Funciones del emprendedor según Allan Gibb

Fuente: Extraído de Gibb, A., & Hannon, P. (2006). Towards the entrepreneurial university. *International Journal of Entrepreneurship Education*, IV(1), 73-110. Adaptado por Gabriela Erazo.

En la Figura 6 se muestra un resumen de las funciones del emprendedor según Allan Gibb. Para este autor una de las funciones más importantes es el compromiso del emprendedor con el aprendizaje continuo. Es necesario fomentar una cultura de aprendizaje empresarial e inteligencia emocional, estas características conducen al empresario a fortalecer las habilidades y características de su personalidad. Además, el emprendedor debe estar siempre muy motivado por su proyecto ya que la motivación y la convicción de la rentabilidad lo conducen a tener más claridad de sus intenciones de crecimiento y solución a los problemas.

Para Gibb y Hannon (2006) a pesar de la importancia de las universidades, el gobierno debe actuar en beneficio de los micro-

emprendimientos ya que es quien más acceso tiene a recursos para dar incentivos a los jóvenes empresarios. Gibb menciona que en Reino Unido las universidades reciben financiamiento del estado para garantizar el impulso de emprendedores y la autonomía de los proyectos. La idea de involucrar al gobierno y a las universidades con el emprendimiento es fomentar el cambio institucional, que para Gibb y Hannon (2006) va más allá del cambio de las organizaciones y su estructura, sino que implica un cambio de los sistemas de gobierno y la cultura.

Gibb considera, al igual que Schumpeter, que el emprendimiento contribuye al crecimiento económico de una nación. En su teoría sostiene que no hay evidencia suficiente para decir que la educación influye directamente en el emprendimiento, pero sí afirma que los países más desarrollados son aquellos que presentan la tasa más alta de emprendimientos exitosos. Además, se menciona que el propósito que tienen las políticas emprendedoras es buscar más apoyo al sector de educación superior para volverlo más competitivo en su preparación de futuros empresarios. Se realza la importancia de la tecnología como forma de alcanzar más competitividad (Gibb & Hannon, 2006).

Se mencionan tres conceptos con respecto al emprendimiento: (a) universidad emprendedora, (b) concepto emprendedor, y (c) agentes del cambio. La universidad emprendedora muestra la relevancia de los grupos de interés 'stakeholders' para el emprendedor y cómo satisfacer las necesidades y expectativas de cada grupo. Se hace un pequeño contraste entre universidades públicas y privadas, pues las universidades públicas reciben más apoyo estatal para incentivar las actividades emprendedoras, mientras que las universidades privadas reciben más presión de los grupos de interés y accionistas para mostrar resultados viables (Gibb & Hannon, 2006).

El concepto emprendedor consiste en darle realce a los programas donde se cubran temas como tecnología, ética, programas de ayuda a la comunidad, comunicación, entre otros. El concepto emprendedor busca enseñar al universitario, según Gibb y Hannon (2006), que la identidad del emprendedor consiste en percatarse de las oportunidades del entorno y fomentar la innovación. Para los agentes de cambio, Gibb se refiere a las

entidades/fundaciones que permiten el impulso de emprendimientos. Aunque cada una tiene una misión y un objetivo, la mayoría se relacionan por impulsar el diálogo con todos los grupos de interés y apoyar las ideas durante todas sus etapas, considerando siempre la viabilidad de las mismas.

1.11 Sumario de teorías

Tabla 9. Sumario de las teorías base de la investigación

Frank Knight	Joseph Schumpeter
Pone al emprendimiento en perspectiva de tres variables: (a) riesgo, (b) incertidumbre; e (c) ingresos.	Pone al emprendimiento en perspectiva de: (a) riesgo; (b) oportunidad; y (c) la actividad emprendedora.
Propone la teoría de los ingresos con cuatro principios de generación de ganancias.	Propone el principio de la materia para la generación de ingresos.
Andy Freire	Allan Gibb
Pone al emprendimiento en perspectiva de tres variables: (a) proyecto, (b) capital; y (c) emprendedor.	Pone al emprendimiento en perspectiva de tres variables: (a) universidad emprendedora, (b) concepto emprendedor; y (c) agentes de cambio.
Propone la teoría del triángulo invertido, donde el emprendedor es el punto de apoyo del triángulo.	Propone el análisis de la respuesta de la sociedad, organizaciones e individuo hacia las presiones globales.

Nota. Elaborado a partir de la información de cada teoría.

1.12 Emprendimientos por oportunidad

Los emprendimientos por oportunidad son aquellos negocios que son puestos en marcha después del análisis del entorno y las oportunidades presentes en el mercado (Díaz & Cancino, 2014). Este tipo de emprendimientos se caracterizan por su visión y proyección al futuro. Una de las principales intenciones de los emprendimientos por oportunidad es alcanzar la mayor cantidad de mercados potenciales posibles, donde el negocio pueda crecer y aumentar su participación, convirtiéndose así en fuente de ingresos para los empleados del sector y motivando a sus miembros a fortalecer la innovación como método para permanecer vigentes (Curran & Stanworth, 1989; Díaz & Cancino, 2014). La innovación es una de las características más concretas de estos emprendimientos porque buscan posicionarse a través de la idea del ‘valor agregado’.

Para los emprendimientos por oportunidad se consideran varios aspectos que pueden influir de manera directa en la actitud del emprendedor y su desenvolvimiento. Aspectos como el nivel de compromiso del gobierno a través de programas de emprendimiento para jóvenes y adultos o

potenciación de la Investigación y Desarrollo en las empresas al interior del país pueden ser factores alentadores para emprender una compañía [Global Entrepreneurship Research Association (GERA), 2017].

Se planea potenciar la autonomía/independencia económica y laboral. Se podría hablar de que la mayoría de los emprendedores inicia un negocio con la intención de tener rentabilidad y generar grandes ingresos. Pero en realidad, el dinero, los ingresos o la posición social no son el principal motor de este tipo de emprendimientos. La independencia laboral es lo que realmente interesa al emprendedor que es libre de llevar el negocio por el camino que considera correcto, logrando un grado de satisfacción personal bastante alto y generando mayor confort y tranquilidad en los seres más allegados (Dubini, 1989; Arteaga & Lasio, 2009).

Siendo la actitud un gran determinante de los emprendimientos por oportunidad y su constitución, se sabe que el emprendedor debe desempeñarse en un entorno específico, donde el comportamiento de dicho entorno puede incentivar o disuadir su deseo de emprender por diversas razones. Lo incentiva a través de proactividad en su forma de actuar, aceptación a sus propuestas, interés en el crecimiento personal y colectivo. Pero lo puede disuadir a través de indiferencia con los cambios y propuestas sugeridas, poco conocimiento de los principales obstáculos de la creación de una empresa, entre otros (GERA, 2017).

Cuando el entorno tiene ese poder de disuadir a un emprendedor se sugiere incentivar el liderazgo, que para ciertos autores (Suárez & Pedrosa, 2016; Contreras, et al., 2017) está muy relacionado con el emprendimiento, pues el liderazgo es una actitud que está relacionada con la perseverancia, el compromiso, la persistencia y la firmeza. Es por eso que se entiende al emprendedor como un tipo de líder, ya que sus expectativas de mejora y su anhelo de autonomía necesitan de la participación de otras personas para que se vuelvan realidad. Al tener liderazgo en la toma de decisiones se puede influir positivamente en el crecimiento y desarrollo del negocio (Stephan & Pathak, 2016).

La educación juega también un papel importante en este tipo de emprendimientos por que se espera que los individuos que alcanzan un título de nivel superior puedan contribuir a la sociedad con empresas que

generen empleo para la comunidad e ingresos para el país (Rovayo, 2013). Es por esto que actualmente las universidades se encuentran más dispuestas a la reforma de mallas curriculares o la mejora de los programas de formación para poder asegurar que los jóvenes reciban una formación integral, es decir que vaya más allá de la parte técnica y que involucre el desarrollo de habilidades humanísticas y gerenciales (Espíritu & Sastre, 2007).

Uno de los obstáculos que se presentan en la creación de empresas es el escaso acceso a financiamiento, debido a que los recursos propios suelen ser insuficientes. Los emprendedores por oportunidad suelen buscar fuentes de financiamiento en instituciones financieras o entidades de apoyo al emprendedor. Sin embargo, fuera del financiamiento están los problemas de tramitología, barreras, restricciones, entre otros (Moriano et al., 2006). Este tipo de obstáculos suelen desmotivar al joven emprendedor porque pareciera más fácil buscar un trabajo convencional.

No obstante, a pesar de los obstáculos que existen se sigue motivando a los profesionales a emprender. Esto se debe a que los beneficios que se obtienen de esta actividad son sobre todo bienestar para una comunidad y satisfacción de un país que logra sostenerse y generar empleo e igualdad de oportunidades para sus habitantes (Galindo et al., 2016). Estos mismos autores explican que Schumpeter sostenía que los emprendimientos, con base en innovación, dejan una imagen de mayor calidad y avance económico. Es decir, que se debe propiciar la innovación como una manera de desarrollo.

Guzmán & Trujillo (2008) manifiestan que, por más de 245 años, empezando por Richard Cantillon, se ha relacionado dos variables: (a) emprendimiento; y (b) oportunidad. Siendo así que el emprendimiento consistiría en el descubrimiento de oportunidades visibles y ocultas en la vida del emprendedor. Las oportunidades pueden ser consideradas como aquello donde tiempo y espacio coinciden para tomar ventaja de un evento y recibir un beneficio, sin tener una clara visión del futuro (Puig, 2004).

Las oportunidades se presentan como algo fugaz que puede generar conveniencia para quien lo percibe. Sin embargo, generalmente no muestran una clara tendencia de hacia donde se proyectan por lo cual el emprendedor

tiene la tarea de construir un plan de acción para poder orientar la oportunidad hacia beneficios y ganancias. Muchas veces, los sistemas educativos limitan la creatividad de los emprendedores y los vuelven sumisos, lo que no les permite percibir dichas oportunidades (Newton & Shreeve, 2002).

Los emprendimientos por oportunidad son entonces un gran generador de empleo e ingresos, por lo que se debería impulsar este tipo de empresas. Para esto, Galindo et al. (2016) sugieren que se creen instituciones que velen por la protección del microempresario y que lo acompañen en todo el proceso de creación de la unidad de negocio. El acompañamiento puede permitir que se exploten las oportunidades del mercado y que Ecuador se vuelva más rentable.

1.13 Emprendimiento por necesidad

Los emprendimientos por necesidad se caracterizan principalmente porque son la actividad a la que se recurre cuando no hay otra opción factible para generar ingresos y cuando personas inexpertas en el campo empresarial o administrativo deciden arriesgarse en la constitución de una empresa sin tener las herramientas adecuadas (Block & Wagner, 2006; Díaz & Cancino, 2014).

Un emprendimiento por necesidad está menos orientado al crecimiento porque al ser una actividad a la que se recurre como último recurso, los planes de acción son menos específicos y no se invierte mucho tiempo ni dinero en planeación estratégica por lo que no se espera que la empresa dure. Además, se descuidan detalles como: crecimiento de la competencia, posicionamiento de productos sustitutos o baja calidad de los suministros de los proveedores (Fuel, 2014; Díaz & Cancino, 2014).

Descuidar a la competencia puede implicar al inicio una disminución de ventas o de participación de mercado, pero eventualmente puede suponer la desaparición total del emprendimiento. Para evitar este tipo de problemas, varios autores sugieren una adecuada capacitación de los emprendedores, más allá de la ayuda e incentivos financieros que puedan recibir. Uno de los temas en los que más se debe concentrar el emprendedor es la 'creación de valor' para los stakeholders porque más allá de conocer la

competencia e incentivar a los accionistas, los stakeholders representan el grupo al que se busca beneficiar (Rovayo, 2013).

Además, Rovayo (2013) explica que “muchos de los emprendedores ecuatorianos lo son por necesidad y falta de empleo, y eso genera una cadena de empresas muy pequeñas, poco innovadoras, muy centradas en el comercio y con poca generación de valor agregado” (p. 96). La educación podría estar relacionada con el éxito de los emprendimientos debido a que, a mayor preparación profesional, debería haber mayor efectividad de las decisiones gerenciales que se pongan en práctica dentro de la organización.

La falta de innovación podría estar ligada a la deficiente cultura emprendedora expuesta en colegios y universidades y la falta de compromiso de quienes forman parte del sistema educativo: (a) profesores, (b) autoridades; y (c) estudiantes, por impulsar un camino diferente a ser asalariado (Rovayo, 2013).

Partiendo de una serie de análisis y estudios hacia los emprendimientos, se conoce que este tipo de actividad tiene efecto en el desarrollo económico de una nación, sin embargo, los emprendimientos por necesidad no son generadores de oportunidades, debido a que sus principales recursos se usan para mantenerse en el mercado y debido a que los países de Latinoamérica concentran sus estrategias en erradicar el desempleo o el analfabetismo (Acs & Amorós, 2008).

Se sostiene que factores como desempleo, recesión económica, bajas expectativas del mercado, entre otros, son los principales factores que influyen en la creación de un emprendimiento por necesidad (Lee, Florida, & Acs, 2010). Según los resultados encontrados en el estudio de Acs y Amorós (2008), algunas economías en vías de desarrollo de Latinoamérica tienen un bajo nivel de competitividad, lo que reduce su capacidad de generar negocios sostenibles y aumenta la cantidad de microempresas por necesidad. Para Fuentelsaz, González, Maícas y Montero (2015) el entorno influye en el camino que toman los emprendimientos, porque pueden orientarse hacia un proyecto rentable y eficaz en el largo plazo o hacia un proyecto que genera ingresos en el corto plazo.

Muchas veces los emprendimientos se llevan a cabo con el fin de atender necesidades primarias y corresponder a las obligaciones inherentes

a la paternidad y a la familia. Muchos de los emprendedores llevan a cabo diferentes proyectos con el fin de dar una buena educación a sus hijos, tener ahorros para enfrentar cualquier emergencia, comprar una casa, entre otros (Rosa, Kodithuwakku, & Balunywa, 2006).

También se menciona que muchos microempresarios no logran equilibrar el tiempo invertido en mantener el negocio, debido a que una empresa naciente demanda mucha atención. Es por esto que los emprendimientos por necesidad, al no contar con un plan de negocio bien definido, tienden a tener problemas de crecimiento y expansión (Rosa et al., 2006).

La necesidad de generar un negocio, para ciertos autores está ligada al lugar de origen del emprendedor (Acs & Amorós, 2008). Los empresarios de Norteamérica o de Europa están orientados a la oportunidad y las ganancias, mientras que los Latinoamericanos están orientados a la necesidad y a sobrellevar la recesión (Rosa et al., 2006). Es por esto que las tasas de desempleo son altas en Latinoamérica, porque un emprendimiento por necesidad no busca ser fuente de empleo, sino sobrellevar el desempleo. Los emprendimientos por necesidad tampoco crean un nuevo segmento de mercado, tan solo ofrecen un producto o servicio convencional.

Por esto es válido mencionar que la necesidad está ligada a la situación económica del país, si el país está bien y la economía estable, hay menos motivación a generar un negocio (Rosa et al., 2006; Acs & Amorós, 2008; Fuentelsaz et al., 2015).

Es también un hecho que la mayoría de los emprendimientos por necesidad son dirigidos por mujeres (Lasio et al., 2017). Se dice que los emprendimientos llevados a cabo por mujeres son la solución a dos problemáticas del entorno: (a) la dependencia de las mujeres en los ingresos de su pareja como medio para subsistir; y (b) la necesidad de combinar la vida profesional con la vida doméstica; sobre todo en las mujeres con rol de madres que se encargan de educar a los hijos y mantener el hogar (Birley, 1987). La mujer está expuesta a una elección entre encargarse del hogar o tener éxito profesional (Padilla, 2002); esto debido a que en la cultura ecuatoriana el rol de la mujer es muy relevante en el ámbito familiar.

Los emprendimientos por necesidad dirigidos por mujeres también suelen originarse por la desigualdad salarial o por la baja capacidad de crecimiento, debido a que los puestos más importantes suelen ser manejados por hombres (Birley, 1988; Padilla, 2002) dejando a las mujeres en puestos de inferior estatus o menos prestigio (García, 1989). Es por esto que los emprendimientos por necesidad se caracterizan por la evidente desigualdad de oportunidades.

Es necesario indagar cuáles aspectos son las principales razones por las que se emprende por necesidad en Ecuador porque, aunque al principio permiten enfrentar una crisis y sostener una familia, más adelante se puede fomentar una migración a emprendimientos por oportunidad para mejores coyunturas (Díaz & Cancino, 2014).

1.13.1 Diferencias entre los emprendimientos

Tabla 10. Contraste entre emprendimientos por oportunidad y emprendimientos por necesidad

Emprendimientos por oportunidad	Emprendimientos por necesidad
Visión y proyección al futuro	Baja o nula inversión en planes de acción para crecimiento
Fuente de ingresos para los empleados del sector	Ingresos a corto plazo para los empleados del sector
Fortalecimiento de la innovación	Poca innovación y generación de valor agregado
Capacidad de liderazgo	Actividad a la que se recurre cuando no hay otra opción
Participación de universidades y gobierno	Poca participación de instituciones financieras o gobierno
Beneficio para la comunidad	Beneficio directo al gestor del emprendimiento
Ventaja de las oportunidades del mercado	Actividad en sectores convencionales del mercado
Independencia económica y laboral	

Nota. Elaborado según la información recogida en el marco teórico.

En la tabla 10 se muestra un cuadro que resume los dos tipos de emprendimiento según la teoría revisada. A pesar de las diferencias que ambos tienen en su objetivo e influencia en la comunidad, ambos tienen una característica en común: se generan con el fin de alcanzar autonomía e independencia laboral y económica.

1.14 Definición y características de los start-up

Los start-ups son aquellos emprendimientos que tienen un grado de innovación al ser introducidos en el mercado (Marty, 2002). Tienen gran

relevancia en este estudio porque este tipo de emprendimientos, según los reportes del Global Entrepreneurship Monitor, se dan principalmente en América Latina, que se encuentra cada vez más interesada en impulsar negocios que se desarrollen en el campo de la innovación más que en los campos industriales (Contreras et al., 2017).

Para Evers (2003) la teoría de Schumpeter es de gran relevancia para la concepción de los start-ups, puesto que desde 1949 se hablaba de la importancia de la innovación para el desarrollo económico. Se espera aumentar la participación de emprendedores en este tipo de empresas, sobre todo, para obtener mejores ingresos y llevar a la economía hacia un ambiente más competitivo (Atherton, 2007).

Zwilling (2013) sostiene que los start-ups serán las empresas del mañana por lo que es importante apostar por estrategias claras que aseguren su adecuado crecimiento. Se plantea la importancia de la innovación disruptiva, también conocida como innovación continua, con el propósito de motivar a las empresas a comprometerse con las necesidades actuales del cliente y mantener su relevancia en el mercado (Zwilling, 2013).

Los start-ups se diferencian de las empresas convencionales porque se necesita la cooperación de los negocios ya establecidos en el mercado para sobrevivir y crecer (McGrath, Medlin, & O'Toolec, 2017). Pretenden mostrarse como un modelo de innovación y progreso para las empresas convencionales, más que como una amenaza, ya que uno de los objetivos de este tipo de negocios es crear un precedente en la actividad emprendedora donde se potencie el crecimiento de las industrias con un enfoque más tecnológico (Gans, Hsu, & Stern, 2000).

El término start-up se utiliza para definir a las empresas que poseen un alto nivel de innovación por lo que, indiferente del sector elegido, el principal objetivo es invertir en tecnología y promover el uso adecuado de la información (Janáková, 2015). Al ser pioneros en sectores poco explorados, los emprendedores de este tipo de negocios están expuestos a altos riesgos, por lo tanto, se sugiere estar siempre en búsqueda de nuevos métodos para obtener los mejores resultados (Kidder, 2012).

La aplicación de las TICs (Tecnología de información y comunicación) puede beneficiar a los start-ups, al promover una gestión más adecuada de

sus procesos. Pero este tipo de tecnologías deben ir de la mano de la reducción de barreras y de obstáculos administrativos, para que se pueda motivar a los emprendedores a arriesgarse a constituir un negocio de este tipo (European Commission, 2002; Atherton, 2007).

Se puede percibir que los start-ups benefician a los países sobre todo en la generación de empleo que, aunque al inicio es baja, tiende a crecer debido a que se sostiene en los avances tecnológicos (Janáková, 2015). No obstante, Janáková (2015) también sostiene que, para asegurar la sostenibilidad y el desarrollo, se necesitan incentivos del gobierno para asegurar el crecimiento y políticas de reducción de las barreras que comprometen el libre comercio.

Para Ries (2012) los start-ups son “una institución humana diseñada para crear nuevos productos y servicios en unas condiciones de incertidumbre extrema” (p. 28). Esto se debe, sobre todo, a que son pocos los recursos disponibles para analizar si las medidas tomadas para iniciar un start-up son efectivas. Por otra parte, se resalta una vez más que para que una empresa califique como start-up debe contener un grado de innovación, que es considerada como una clave de éxito (Bocken, 2015).

Evers (2003) citando a Deakins y Whittam (2000) sostiene que los start-ups, más que cualquier otro tipo de empresa, están caracterizados por la incertidumbre y la escasa base teórica disponible, lo que causa falta de conocimiento sobre sus estrategias de estabilidad en el mercado. Se dice que existen solo estudios empíricos sobre este tipo de empresas, lo que provoca cierto debate sobre sus características y objetivos (Evers, 2003). La incertidumbre causa que los start-ups estén expuestos al fracaso, que para Bocken (2015) es muy normal en este tipo de negocios.

Kidder (2012) sostiene que los start-ups están principalmente basados en desafíos masivos, riesgo, incertidumbre, duda y expectativas. Para este autor, el éxito de este tipo de negocios consiste en que el emprendedor crea en su idea y busque los medios para llevarla a cabo, aprendiendo de los errores y de las experiencias de los demás. Se apuesta por la tecnología, al ser una ciencia que se desarrolla a una gran velocidad y que genera buenos ingresos para el emprendedor (Janáková, 2015).

Para Marty (2002) una de las principales características de los start-ups es que están orientados hacia dos particularidades: movilidad y miniaturización, siendo el objetivo de la miniaturización el de facilitar la movilidad y el acceso a la información. La movilidad también puede asegurar la sostenibilidad de los start-ups, ya que el acceso ilimitado a la información es una oportunidad para acortar distancias (Bocken, 2015).

Existen ciertos autores que consideran start-ups a las empresas en su fase de nacimiento, sin dar mucha relevancia a los niveles de innovación que posean. Siendo así que el primer paso de una empresa, al introducirse en el mercado, es ser start-up para luego avanzar a las tres etapas de crecimiento (Bucardo, Saavedra, & Camarena, 2015).

Para Montoya (2015) los start-ups son empresas que aún se encuentran en fase de hipótesis pues no hay suficiente evidencia de su procedencia y su objetivo. Se entiende que buscan ser sostenibles en el tiempo, sin embargo, la incertidumbre y el riesgo que acompañan a los start-ups parecen conducir a este tipo de empresas hacia un ciclo de vida de corto plazo, donde no se espera crecimiento debido a la poca disponibilidad de información sobre los mismos (Marty, 2002).

Montoya (2015) lo define como “una empresa de nueva creación que presenta unas grandes posibilidades de crecimiento, es de fácil adaptación al mercado y gran capacidad de cambio, con crecimiento exponencial en América Latina” (p. 8-9). Esto implica que a pesar de que son varios los continentes que han ido desarrollando este tipo de empresas, América Latina ha mostrado un alto interés en el fomento de start-ups.

Se dice que los start-ups necesitan políticas e instrumentos personalizados ya que ciertas bases teóricas llevan a Wagner y Sternberg (2004) a creer que las empresas no solo difieren de un país a otro, sino también de una región a otra o de un sector a otro. La estandarización de estrategias no se apega al concepto de los start-ups, porque no se respeta el contexto individual de cada organización y pueden llevar al emprendedor a no alcanzar sus objetivos (Wagner & Sternberg, 2004).

Ries (2012) sostiene que los start-ups son empresas que no cuentan con un historial largo ni un mercado potencial estático. El historial no es muy extenso porque son empresas que llevan poco tiempo operando y no

cuentan con un mercado estático, ya que están expuestos a la incertidumbre y al cambio. La falta de estos dos aspectos, vuelve a este tipo de empresas más riesgosas para quien planea invertir en su desarrollo.

Los start-ups buscan tomar ventaja de la propiedad intelectual de los jóvenes universitarios y graduados (Di-Gregorio & Shane, 2003). Siendo así que la oportunidad de diferenciarse de los demás emprendimientos, según Di Gregorio y Shane (2003), se debe al empeño y políticas que la universidad proponga con el fin de fomentar la innovación en su comunidad.

Las universidades tienen un rol importante en los emprendimientos de tipo start-up porque son quienes incentivan al individuo a hacer uso adecuado de la información (Gibb & Hannon, 2006). Es común que los start-ups tengan como propósito acercar a la gente en línea (Pasaribu, Afrianti, Gumilar, Rizanti, & Rohajawati, 2017). Sin embargo, se busca fortalecer el conocimiento y la información para dar lugar a la innovación que no esté necesariamente ligada con la tecnología (Montoya, 2015).

Por otra parte, para Jensen y Jones (2011) los inversionistas están más interesados en invertir en los start-ups puestos en marcha por estudiantes universitarios o por profesionales recién graduados cuando el mercado financiero experimenta la caída de sus índices bursátiles. Por esta razón McGrath et al. (2017), citando a Mueller y Thomas (2001), sostienen que es importante que los emprendedores de start-ups tengan 'locus de control', es decir, control de lo que pasa en su vida y responsabilidad sobre las decisiones que se tomen durante la vida del emprendimiento.

Tabla 11. Características de los start-ups

Innovación	Adaptabilidad
-Estimular la innovación al ser introducidos al mercado -Crear nuevos productos y servicios -Explotar la propiedad intelectual de los universitarios y graduados -Fomentar el concepto de innovación continua -Orientar sus productos y servicios hacia la miniaturización y movilidad	-Promover una fácil adaptación al mercado -Tener gran capacidad de cambio y de crecimiento -Otorgar beneficios a los países de origen a través de la generación de empleo
	Tecnología
	-Impulsar el uso de tecnología

Nota. Elaborado a partir de la información detallada en el marco teórico.

1.14.1 Teoría de Lean Start-ups

Dentro del análisis de los start-ups se encuentra la teoría de 'lean start-ups'. Para Blank (2013) este concepto aún no se entiende con claridad en el mundo empresarial y emprendedor porque aún es visto como una moda que facilita a los empresarios la metodología del aprendizaje continuo y el fracaso rápido. Sin embargo, es necesario profundizar en este concepto porque un estudio de la Universidad de Harvard denominado '*Making Business Sense of the Internet*' (Ghosh, 1998) muestra que al menos 75% de los start-ups fallan cuando inician sus gestiones.

Blank propone en su análisis de 'lean start-ups' una metodología práctica de análisis de las percepciones del consumidor, de tal forma que se mida la aceptación de nuevos productos y se reduzca el uso inapropiado de las inversiones en el desarrollo de proyectos que no son convenientes para el mercado. Este concepto fue difundido por Eric Ries en su libro '*El método Lean Start-up*' como una forma de reducir los errores convencionales de los emprendimientos en la generación de bienes y servicios. Ries profundizó sus estudios en Lean Manufacturing y combinó este concepto con el impulso de start-ups para obtener una estrategia novedosa que permita a los empresarios manejar con mayor precisión el riesgo de aceptación de los consumidores hacia un producto diferente (Ries, 2012).

Esta motivación se dio debido a que Ries había experimentado el fracaso prematuro de un start-up propio y quería entender cuáles eran las razones por las que después de tantos estudios, investigaciones, revisiones de literatura y demás, los start-ups estaban encaminados hacia el fracaso. Se veía un despilfarro de dinero en proyectos que no llegaban ni siquiera a la fase de crecimiento porque eran rechazados en la fase de lanzamiento. Esto se debía a que los start-ups generaban productos que nadie necesitaba, que la cultura rechazaba por sus hábitos de consumo o que no eran relevantes para el mercado.

Ries (2012) sintetiza esta teoría en cinco principios que son: (a) los emprendedores están en todas partes, (b) el espíritu emprendedor es management, (c) el aprendizaje validado, (d) circuito crear-medir-aprender, y (e) la contabilidad de la innovación.

El primer principio se refiere a que los emprendedores no están ligados a un sector en específico o a un rasgo determinado, el emprendedor es cualquier individuo con el deseo y la convicción de crear una empresa. El segundo principio está relacionado con la manera de gestionar la empresa. Para Ries, cada empresa necesita un modelo de gestión según las necesidades que tenga. También afirma que el término emprendedor debe ser usado para todo individuo que emprenda un negocio que tenga cierto grado de innovación.

El tercer principio está relacionado con la idea de aprendizaje continuo. Los start-ups deben analizar todos los escenarios de su propuesta para al final asegurar un negocio sostenible. El cuarto principio involucra el circuito crear-medir-aprender y consiste principalmente en crear ideas que generen un beneficio, medir la aceptación del mercado y aprender de los resultados obtenidos. Finalmente, el quinto principio es la medición numérica de las ganancias y pérdidas bajo un modelo creado especialmente para start-ups (Ries, 2012).

Los start-ups son empresas relativamente nuevas que necesitan un modelo de negocios para ser manejadas eficientemente (Pajares et al., 2016). Debido a que este tipo de empresas se manejan en un mercado nuevo, desarrollando nuevos productos y servicios, es necesario tener planes de contingencia para poder enfrentar las eventualidades ligadas a la constitución de un emprendimiento. Estos planes de acción deben ser probados en mercados reales para certificar su eficiencia y evitar costos innecesarios. Los start-ups no tienen la misma estructura que los emprendimientos convencionales ni manejan las mismas estrategias, por lo que estos autores sugieren que se tenga un claro conocimiento de todos los aspectos relacionados a estas innovadoras empresas.

Marco Conceptual

1.15 Sostenibilidad

La sostenibilidad puede ser vista como la forma en la que la empresa orienta sus esfuerzos a alcanzar los principales objetivos de la organización, que puede ser reducir gastos o aumentar la productividad (Willard, 2012). Está relacionada con la adaptación del emprendimiento a los diferentes entornos ya sea a través de innovación de procesos o cambio de estructuras (Gallopín, 2003).

La sostenibilidad puede ser descrita como la habilidad de una empresa de involucrar todos los recursos disponibles para caminar hacia el futuro (Hansen & Jones, 1996) o como el uso de nuevas estrategias de convivencia para renovar la forma de hacer negocios (Sánchez, 2012).

La sostenibilidad, hoy más que nunca, está orientada hacia el largo plazo donde los resultados esperados se proyectan hacia generaciones futuras (Elkington, 1997). Para Bocken (2015) la sostenibilidad se ve principalmente afectada por la mentalidad de corto plazo de los emprendedores, sin embargo, también se sabe que las empresas están involucrándose en planes de acción en el largo plazo. Se afirma también que el fracaso en la sostenibilidad se da principalmente en las empresas que promueven los resultados veloces en el corto plazo (Bocken, 2015).

1.15.1 Años de sostenibilidad

Algunos trabajos investigan los emprendimientos en el segundo y tercer año de vida para determinar la efectividad de las decisiones tomadas en el pasado (Amit, Muller, & Cockburn, 1995). Otros estudios (Pajares et al., 2016) sostienen que en dos años de vida una empresa puede medir el crecimiento esperado después de una implementación tecnológica.

Pajares et al. (2016) tomando como referencia un reporte de Price Waterhouse Cooper (PwC) del 2015 explican que se conoce que, aproximadamente el 27% de las empresas que se desarrollan en la industria manufacturera adoptan la tecnología e innovación en menos de 3 años de vida, por lo que la sostenibilidad, cuando hay tecnología de por medio, puede tomar más tiempo.

Un estudio elaborado por De Souza, Dos Santos, Lima, Da Cruz y Lezana (2016) que hace referencia a Dos Santos (2008) y De Vasconcelos, Lezana y De Andrade (2013) muestra que la sostenibilidad va más allá de las actitudes del emprendedor frente al ecosistema y la economía, ya que está orientada hacia la permanencia en el mercado, que es un factor de gran importancia al momento de considerar la expansión.

De Souza et al. (2016) tomando también como referencia un reporte de Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2008) explica que el 27% de las empresas constituidas cierran en el primer año y el 38% en el segundo año, por lo que siempre es importante determinar qué influye en la muerte prematura para evitar grandes inversiones que no generen los resultados esperados.

Greene, Hart, Gatewood, Brush y Carter (2003) por otra parte, argumentan que ciertos emprendimientos que reportan problemas tienden a cerrar en los 5 primeros años de vida. Del total nacional aproximadamente el 70% de empresas fallan o cierran y de ese porcentaje, el 40% suele pertenecer a mujeres.

Para Evers (2003), muchos start-ups no logran alcanzar un nivel de equilibrio o crecimiento porque cierran dentro del primer año de vida. McGrath, Medlin y O'Toolec (2017) manifiestan que el ciclo de vida que los start-ups manejan para los productos es muy corto, por lo que dos años son suficientes para que los bienes convencionales sean rechazados y la tecnología avale productos nuevos.

Al ser un concepto relativamente nuevo, no existe una amplia gama de factores que inciden en la sostenibilidad, sin embargo, los start-ups suelen ser empresas jóvenes donde el 29% existen por menos de un año, 27% logran superar el año y durar hasta 2 años, 17% duran de 2 a 3 años y sólo 26% logran superar 3 años de vida (Block & Koellinger, 2009).

Es una situación crítica intentar mantener una empresa en el mercado, por lo que para Janáková (2015) dos años de vida permiten establecer si un emprendimiento seguirá con vida o no, ya que para entonces se habrán superado los inconvenientes de entrada al mercado. Este autor sostiene que la mayoría de proyectos están expuestos a un período crítico que se da entre el segundo y tercer año de vida sobre todo

por dos razones: (a) los riesgos del mercado global, cambiante y competitivo, y (b) la escasez de los recursos financieros. No saber cómo manejar estos factores llevan a 50% de las empresas a fracasar durante el primer año de vida (Janáková, 2015).

1.16 Operacionalización de variables

En la tabla 12 se muestra en detalle las variables definidas para este estudio, la variable dependiente es la sostenibilidad y las variables independientes son el sector y el tipo de emprendimiento. De estas variables se puede detallar su naturaleza y su nivel de medición como se muestra a continuación.

Tabla 12. Variables de estudio según su función, su naturaleza y su nivel de medición

Variables	Según su función	Según su naturaleza	Según su nivel de medición
Sostenibilidad	Dependiente	Cuantitativa	De intervalo
Sector del emprendimiento	Independiente	Cualitativa	Nominal
Tipo de emprendimiento	Independiente	Cualitativa	Nominal

*Todas las variables son atributivas y discretas. *Atributivas* porque ya están delimitadas y *discretas* porque no admiten fraccionamientos de las respuestas.

Nota. Formato extraído de Moreno, E. (2013). Metodología de investigación, pautas para hacer Tesis. Adaptado por Gabriela Erazo.

En la tabla 13 se establecen dos tipos de definiciones: (a) la definición conceptual, y (b) la definición operacional. La definición conceptual fue establecida a partir de la denotación y connotación de la variable. La definición establece el concepto obtenido a partir de las investigaciones realizadas y la connotación se refiere al contexto en el que la variable fue considerada para el estudio. La definición operacional se refiere a la forma en la que se recogerá y medirá la variable para este trabajo.

Tabla 13. Definición conceptual y operacional de las variables de estudio

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional
Sostenibilidad	La sostenibilidad puede ser vista como la forma en la que la empresa orienta sus esfuerzos a alcanzar los principales objetivos de la organización (Willard, 2012).	Que la cantidad de años que el start-up haya permanecido en el mercado sea superior a 2 años.
Sector del emprendimiento	Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de	El sector económico donde opera el emprendimiento, según lo establecido por el INEC.

	otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos (Ocampo, 2017).	
Tipo de emprendimiento	<p>Emprendimiento por oportunidad Los emprendimientos por oportunidad son aquellos negocios que son puestos en marcha después del análisis del entorno y las oportunidades presentes en el mercado (Díaz & Cancino, 2014).</p> <p>Emprendimiento por necesidad "Muchos de los emprendedores ecuatorianos lo son por necesidad y falta de empleo, y eso genera una cadena de empresas muy pequeñas, poco innovadoras, muy centradas en el comercio y con poca generación de valor agregado" (Rovayo, 2013, p. 96).</p> <p>Start-up Los start-ups son aquellos emprendimientos que tienen un grado de innovación al ser introducidos en el mercado (Marty, 2002).</p>	El tipo de emprendimiento que se generó ya sea por oportunidad o por necesidad.

Nota. Formato extraído de Moreno, E. (2013). Metodología de investigación, pautas para hacer Tesis. Adaptado por Gabriela Erazo.

Por último, en la tabla 14 se especifica la relevancia de las variables, es decir, la razón por la que su estudio genera un aporte para este trabajo. También la relación que existe entre ellas, para poder obtener resultados concluyentes.

Tabla 14. Relevancia de elección y relación entre variables

Variables	Relevancia de elección	Relación entre variables
Sostenibilidad	La sostenibilidad es de gran importancia para las organizaciones debido a que está orientada hacia la consecución de objetivos (Willar, 2012), la adaptación de la innovación a los procesos (Gallopín, 2003) y el uso de estrategias innovadoras y diferentes (Sánchez, 2012) para lograr la permanencia en	La sostenibilidad se relaciona con el sector del emprendimiento por la influencia que puede tener las ventas e ingresos de un sector determinado en su permanencia en el mercado. La sostenibilidad se relaciona con el tipo de emprendimiento porque ciertos estudios (Díaz & Cansino, 2014) muestran que

	el mercado.	existe una clara tendencia entre la oportunidad y la necesidad y el tiempo de vida.
Sector del emprendimiento	El sector es importante para entender cuáles contienen la mayor parte de los emprendimientos llevados a cabo por la comunidad de graduados y para tener una idea más clara de dónde se deben asignar incentivos para el desarrollo.	El sector del emprendimiento se relaciona con el tipo de emprendimiento por una razón similar a la sostenibilidad versus el sector, es necesario determinar cuáles sectores se proyectan al crecimiento y cuáles son más estáticos.
Tipo de emprendimiento	Los tipos de emprendimiento fueron considerados debido a la influencia que pueden tener en el crecimiento y desarrollo del país (Schumpeter, 1949), generalmente los emprendimientos por oportunidad están orientados a generar empleo y ofrecer productos novedosos (Puig, 2004), mientras que los emprendimientos por necesidad están más orientados hacia el riesgo y la inexperiencia de los emprendedores (Block & Wagner, 2006).	

Nota. Elaborado para ilustrar la relevancia de elección de las variables y la relación entre ellas.

Marco Referencial

1.17 TEA y género

Según el reporte de (Lasio et al., 2017), Ecuador es el país que registra mayor cantidad de actividad emprendedora temprana (TEA) en la región de América del Sur, alcanzando un 31,80% en el 2016 sobre países como Colombia, Perú, Chile o Argentina. Al comparar a Ecuador con Chile, se puede destacar que Ecuador es un país en vía de desarrollo y Chile es una economía emergente. Ecuador experimenta mucha inestabilidad política, mientras que Chile ha logrado equilibrar la influencia del gobierno en el mundo empresarial. Sin embargo, aunque Chile es uno de los países que más se destaca en América del Sur por el increíble avance tecnológico, Chile en el 2016 tuvo una TEA de 24,1%.

Según este reporte, hay tres principales razones para emprender. Una de ellas es que los emprendimientos suelen ser considerados una opción de carrera. Es decir, que las personas consideradas 'auto-empleados' pueden manejar sus tiempos sin tener que reportar a un supervisor. La segunda razón es por el estatus que se recibe producto de ser un emprendedor exitoso en el medio. La sociedad otorga un cierto nivel a quienes han logrado asentar un negocio y han sido exitosos a pesar de las dificultades de ingreso. La tercera razón consiste en el nivel de atención que los diferentes medios le den al emprendedor y a las actividades que realice. Consiste en un tipo de seguimiento a la vida del profesional (Lasio et al., 2017).

Tabla 15. Principales motivos para emprender

Países	Opción de carrera	Alto estatus	Atención de los medios
Ecuador	59,51%	61,06%	69,21%
Colombia	67,24%	71,20%	54,18%
Perú	68,13%	70,80%	75,24%
Chile	65,68%	63,85%	60,27%

Nota. Las cantidades son aproximaciones decimales. *Fuente:* Obtenido de Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Samaniego, A. (2017). Global Entrepreneurship Monitor. Ecuador 2016. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Graduate School of Management, 1-82 con la colaboración de Jack Zambrano. Adaptado por Gabriela Erazo.

Como se observa en la tabla 15, la principal razón por la que emprenden los ecuatorianos es por el deseo de atención y seguimiento de los medios a las diversas actividades que realicen. No es necesariamente la razón más adecuada para impulsar un emprendimiento, pero es la más común según los estudios realizados. Mientras tanto en Colombia y Perú la

principal razón por la que emprenden sus ciudadanos es el alto estatus que se atribuye a los emprendedores exitosos, esta es una razón muy ligada al deseo personal de superación y de reconocimiento.

En el caso de Colombia y Perú puede estar también relacionado con el nacionalismo de sus habitantes. Finalmente, a pesar de que Chile es el país con la TEA más baja de los 4, es el único cuyo porcentaje más alto corresponde al emprendimiento como opción de carrera. Esto quiere decir que se considera que el emprendimiento es más que una forma de obtener reconocimiento, sino que es una forma de generar empleo.

Esto lleva al análisis de qué es lo que realmente emprende Ecuador. Como se mencionaba anteriormente (Díaz & Cancino, 2014) existen dos tipos de emprendimientos: (a) emprendimiento por necesidad; y (b) emprendimiento por oportunidad.

Tabla 16. Porcentaje de emprendimientos por tipo y sexo

Países	%TEA		%TEA oportunidad		%TEA necesidad	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Ecuador	52,05%	47,95%	54,57%	45,43%	47,56%	52,44%
Colombia	53,27%	46,73%	55,59%	44,41%	38,41%	61,59%
Perú	52,29%	47,71%	51,83%	48,17%	61,59%	49,22%
Chile	59,07%	40,93%	62,07%	37,93%	48,71%	51,29%

Nota. Las cantidades son aproximaciones decimales. *Fuente:* Obtenido de Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Samaniego, A. (2017). Global Entrepreneurship Monitor. Ecuador 2016. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Graduate School of Management, 1-82 con la colaboración de Jack Zambrano. Adaptado por Gabriela Erazo.

En la tabla 16 se muestra que, de los 4 países considerados, los hombres son los más emprendedores. Chile es el país con el porcentaje más alto, superando los emprendimientos femeninos por casi 19% y siendo las mujeres chilenas las que menos emprenden en los 4 países considerados. Por otra parte, Ecuador es el país cuyo índice de emprendimientos por parte de las mujeres es el más alto (47,95% mujeres de Ecuador).

Para el caso de los emprendimientos por oportunidad, todos los países tienen una clara tendencia a que sean llevados a cabo por hombres en vez de mujeres. En Ecuador, 45,43% de los emprendimientos por oportunidad son dirigidos por mujeres, mientras que en Chile solo 37,93% fueron puestos en marcha por mujeres. El porcentaje más alto de emprendimientos femeninos lo tiene Perú, representando el 48,17%.

En el caso de los emprendimientos por necesidad, de los 4 países tomados en consideración, 3 tienen una alta participación de mujeres como gestoras de los emprendimientos, siendo solo Perú el país donde hay más hombres que mujeres que emprenden por necesidad (61,59% y 49,22%, respectivamente).

Colombia es el país donde hay más participación de las mujeres en la creación de este tipo de emprendimientos (61,59%). Ecuador es el segundo país en donde las mujeres superan el porcentaje de creación de emprendimientos por necesidad, siendo los emprendimientos dirigidos por mujeres un 52,44% y por los hombres 47,56%.

1.18 Referencias de otras investigaciones

Como referencia para este estudio se consideraron algunas investigaciones (Shane & Stuart, 2002; Espíritu & Sastre, 2007; Cordero et al., 2011; Jensen & Jones, 2011; AJE, 2014) que proponen una perspectiva interesante a investigar pues se consideran temas relevantes como actitudes del emprendedor, participación de las universidades en la actividad emprendedora, importancia de la universidad en la creación de emprendimientos, entre otros.

Shane y Stuart (2002) proponen en su escrito '*Organizational Endowments and the Performance of University Start-ups*' un análisis del capital social de los fundadores de los emprendimientos como un indicador del fracaso prematuro de los mismos. Este aspecto es relevante para la investigación debido a que se considera que el financiamiento al que tienen acceso los jóvenes empresarios recién graduados en Ecuador no es el más adecuado, siendo este un factor influyente en la sostenibilidad en el tiempo.

Espíritu y Sastre (2007), en su paper denominado '*La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios*', estudiaron la relación que existe entre el nivel de educación de los graduados en carreras afines a los negocios con la creación de una empresa. Este aporte de Espíritu y Sastre (2007) es relevante porque se planea analizar la importancia del rol de la universidad en la intención de emprendimiento por parte de la comunidad de graduados.

Cordero et al. (2011) presentan el proyecto '*Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador*' siendo este uno de los papers más relevantes porque fue realizado en Ecuador y analiza la sostenibilidad de las empresas al interior del país. Este estudio plantea lineamientos claros que son revisados en esta investigación como: (a) las condiciones del entorno que influyen en el emprendimiento y en la sostenibilidad, y (b) las condiciones del emprendedor que influyen directamente al negocio.

Jensen y Jones (2011) de la Universidad de Notre Dame publicaron el trabajo '*University Startups and Entrepreneurship: New Data, New Results*' como un aporte a los emprendimientos desde el punto de vista de los profesores. El trabajo se desarrolló en Indiana donde todas las universidades tienen las mismas fuentes de apoyo para generar emprendimientos, sin embargo, no todas reportan las mismas estadísticas de creación. Es relevante para esta investigación porque permite ver el rol de los profesores en la intención de emprendimiento de la comunidad de graduados, donde se debe asegurar que los estudiantes hayan recibido una educación integral antes de obtener el título universitario.

Se consideró como aporte también el trabajo de AJE Madrid (2014) debido a que la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid realizó un estudio denominado '*Análisis de los factores que contribuyen al éxito de proyectos empresariales*' donde se muestra, según un análisis cualitativo y un análisis cuantitativo, cuáles son los principales factores que inciden en el éxito de un emprendimiento. La relevancia que aporta este trabajo (AJE, 2014) a esta investigación es que los factores estudiados pueden servir como base para las encuestas a realizar a la población seleccionada.

Además de los papers detallados se tomó como referencia la base teórica de los libros publicados por Frank Knight: *Risk, uncertainty and profit* (1997), Joseph Schumpeter: *The theory of Economic Development, an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the Business Cycle* (1934), Andy Freire: *Pasión por emprender, de la idea a la cruda realidad* (2004) y la publicación de Allan Gibb: *Towards the Entrepreneurial University* (2006).

Estos aportes fueron considerados puesto que, como se menciona en el marco teórico, se tiene una visión más completa del emprendedor, de su

exposición al riesgo, de su importancia frente al proyecto y al capital y de cómo las universidades pueden aportar con las herramientas necesarias para asegurar que la intención de emprender no se vea afectada.

1.19 Seguimiento del gobierno

Es siempre importante que los gobiernos se involucren en el desarrollo del pueblo, sobre todo cuando ese desarrollo se da a través de la optimización de recursos disponibles y es una fuente de ingresos para el país. En Latinoamérica se observa un alto índice de emprendimientos (Kantis et al., 2004) que genera altas expectativas en el exterior. Por esta razón, países como Chile y Perú han creado instituciones que se encarguen de orientar al emprendedor hacia la consecución de sus objetivos a corto y largo plazo, usando eficientemente los recursos disponibles.

El Ministerio de la Producción de Perú junto al Viceministerio de Micro y Pequeña Empresa (MYPE) e Industria generó la iniciativa *Start-up Perú* para que sea una Institución que dé acompañamiento a los emprendedores nacientes y brinde la orientación necesaria al momento de constituir una empresa (Ministerio de la Producción Perú, 2015). Como se detalla en la página web, esta iniciativa tiene como objetivo promover la creación de empresas que ofrezcan productos novedosos e innovadores al mercado, manejando los riesgos de fracaso y los problemas de financiamiento que se pueden experimentar durante la creación. Se plantea impulsar el mentoring, que es “el apoyo que brinda una persona de amplia trayectoria en temas de emprendimiento y desarrollo empresarial, a nuevos emprendedores que buscan información, Know How, y buenas recomendaciones para desarrollar sus iniciativas” (Ministerio de la Producción Perú, 2015).

La Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), agencia dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, creó el sitio Web *Start-up Chile* con el propósito de que sea una referencia para emprendedores interesados en impulsar un negocio y que desconocen los principales obstáculos que se presentan al fundar un emprendimiento. Esta página cuenta con actualizaciones sobre la cantidad de start-ups que están vigentes, su contribución a la economía y las redes de contacto que se pueden desarrollar con empresas más grandes que ya están posicionadas

en el mercado. Este tipo de sitios web permiten al emprendedor estar más conectados con su entorno y tener acceso a asesoría de expertos cuando experimenten los obstáculos comunes de los start-ups [The Chilean Economic Development Agency, 2014].

1.20 Tasas de interés activa para consumo y microcrédito

Tomando como referencia las tasas de interés activas destinadas al consumo y al microcrédito se realizó una comparación entre ambas para poder determinar en qué medida los gobiernos impulsan la generación de empresas o incentivan más el consumo local. Se presentan las tasas encontradas en las respectivas entidades según los términos usados en cada país y según las políticas de cada institución financiera.

Tabla 17. Tasas activas efectivas para Ecuador

Tasa activa Efectiva Referencial para el segmento	% Anual
Consumo ordinario	16,68%
Consumo prioritario	16,53%
Microcrédito minorista	26,75%

Nota. Extraído del Banco Central del Ecuador (BCE). Adaptado por Gabriela Erazo.

Tabla 18. Tasas de interés activas por moneda nacional y moneda extranjera en Perú

Tasas de interés activas promedio de las empresas bancarias por modalidad (términos efectivos anuales)	% Anual
Moneda Nacional	
Consumo - hasta 60 días	45,48%
Consumo - más de 360 días	18,74%
Moneda Extranjera	
Consumo - hasta 60 días	10,75%
Consumo - más de 360 días	10,51%
Moneda Nacional	
Pequeña y microempresa - hasta 60 días	32,75%
Pequeña y microempresa - más de 360 días	23,27%
Moneda Extranjera	
Pequeña y microempresa - hasta 60 días	10,36%
Pequeña y microempresa - más de 360 días	12,51%

Nota. Extraído de Banco Central de Reserva de Perú (BCRPData), Gerencia Central de Estudios Económicos. Adaptado por Gabriela Erazo.

Tabla 19. Tasa de interés activa efectiva para consumo y microcrédito de Chile

Tasa de interés activa efectiva	% Anual
Tasa de interés promedio de consumo hasta 6 meses	11,61%
Tasa de interés promedio de consumo, 6 meses a 1 año	25,26%
Tasa de interés promedio de consumo, 1 a 3 años	25,10%
Tasa de interés promedio de consumo, más de 3 años	22,69%
Créditos inferiores o iguales a UF 50	35,74%
Créditos superiores a UF 50-inferiores a UF 200	28,74%
Créditos superiores a UF 200	22,11%

Nota. Extraído de Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), Chile y del Banco de Chile (2015). Adaptado por Gabriela Erazo.

Como se puede ver en las tablas 17, 18 y 19, la diferencia entre tasas destinadas al consumo y tasas destinadas al emprendimiento depende mucho del país de origen. En Ecuador, la diferencia entre ambas es de casi 58% por lo que se dice que se incentiva más el consumo que la creación de empresas. En Perú, la diferencia entre tasas para consumo y microcrédito es pequeña y se establecen las tasas en moneda nacional y extranjera para su mejor interpretación y uso. En Chile, las tasas se establecen según los plazos mínimos y máximos, siendo el plazo máximo de tiempo el de la tasa de interés más baja. No obstante, al igual que en los otros países se establece una tasa de interés más baja para el consumo y más alta para el emprendimiento.

1.21 Tramitología

La tramitología se dedica al estudio de los trámites y su principal objetivo es “entender cómo lleva a cabo sus actividades una institución” (Guzmán, 1999, p. 2). Para este autor los trámites deberían ser actividades sencillas, sin embargo, con el fin de mejorar la productividad, a veces se aumentan pasos que complican y alargan el tiempo de respuesta.

En la Figura 7 se muestra que Ecuador tiene un extenso proceso de trámites a manejar para poder constituir una empresa. Estos trámites involucran varias entidades como la Superintendencia de Compañías, el Servicio de Rentas Internas y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social por lo que no se espera que la constitución sea rápida.

Perú, a diferencia de Ecuador, tiene una tramitología más compacta. Como se ve en la figura 8 el proceso de constitución de una empresa requiere la participación de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) y el Seguro Social de Perú (EsSalud). Por lo que el tiempo de constitución no es tan extenso.

Chile, como economía emergente, busca la reducción de la burocracia para impulsar los emprendimientos. Nicolás Shea, presidente de la Asociación de Emprendedores de Chile (ASECH) (s/f) afirma que el gobierno debe asegurar que la actividad emprendedora sea gratis y rápida,

reduciendo el número de trámites para motivar a los emprendedores. En la figura 9 se muestra el proceso de creación de una empresa en Chile.

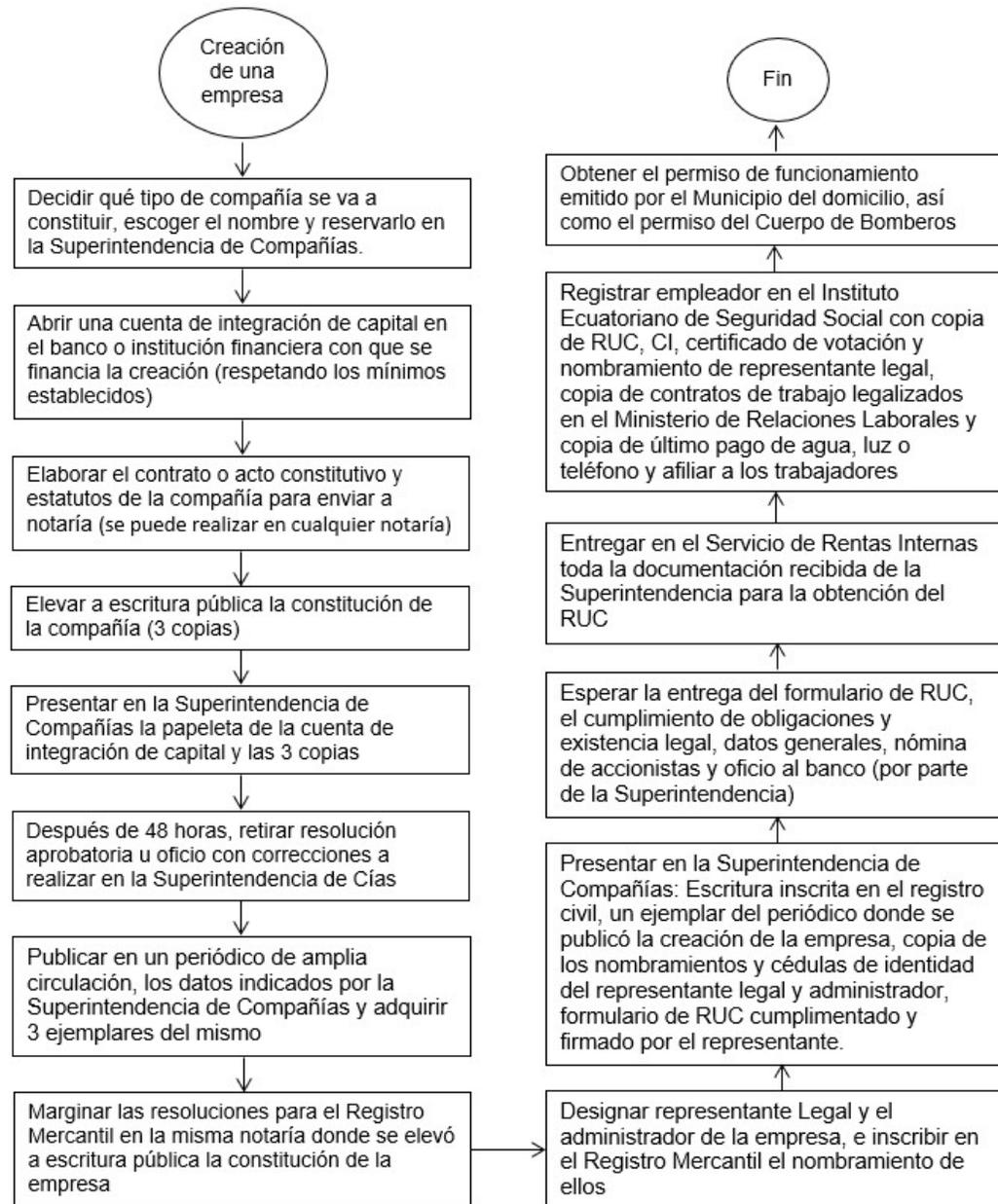


Figura 7. Tramitología en Ecuador

Fuente: Extraído de Ministerio de trabajo, migraciones y seguridad social. (s/f). Gobierno de España. Adaptado por Gabriela Erazo.

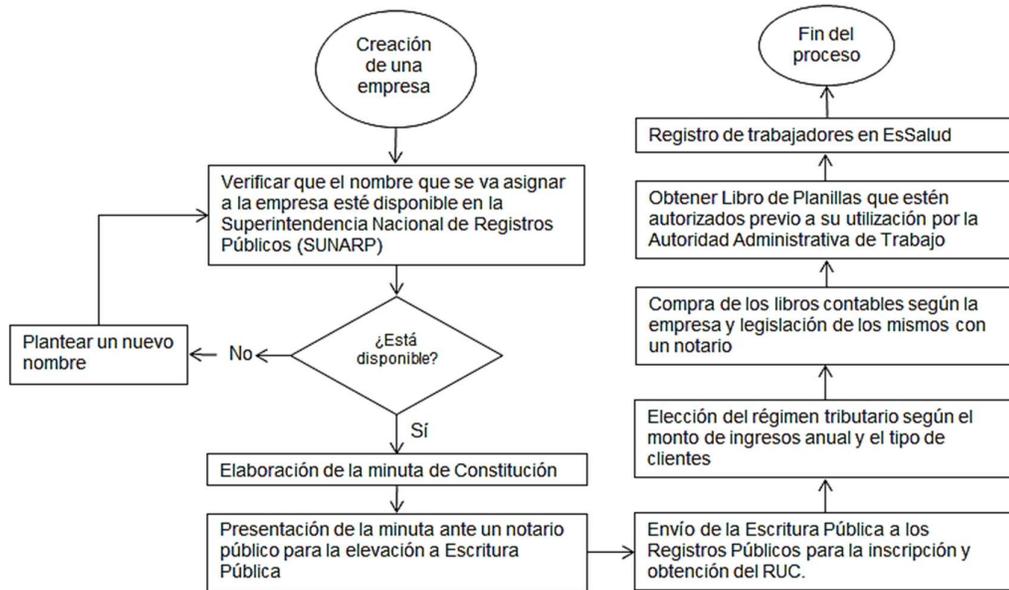


Figura 8. Tramitología en Perú

Fuente: Extraído de Ministerio de trabajo, migraciones y seguridad social. (s/f). Gobierno de España. Adaptado por Gabriela Erazo.

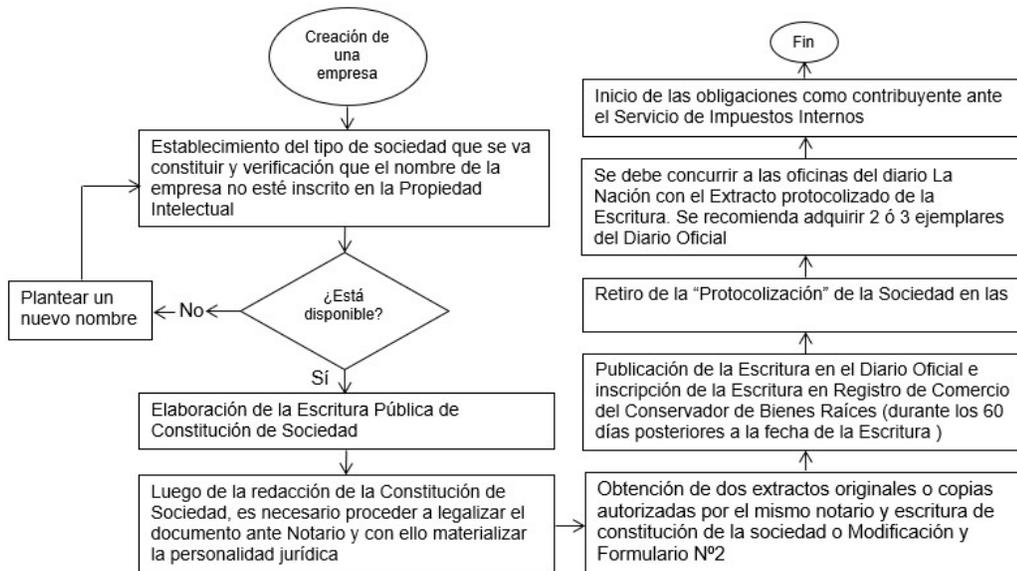


Figura 9. Tramitología en Chile

Fuente: Extraído de Ministerio de trabajo, migraciones y seguridad social. (s/f). Gobierno de España. Adaptado por Gabriela Erazo.

Marco legal

Los artículos considerados como marco legal guardan estrecha relación con los emprendimientos y las universidades pues se trata de integrar la colaboración entre ambas entidades. El inciso d del artículo 7 'reforzar la cooperación con el mundo del trabajo y el análisis y la previsión de las necesidades de la sociedad' de la Declaración Mundial sobre la Educación Superior de United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) (1998) sostiene que:

... d) Aprender a emprender y fomentar el espíritu de iniciativa deben convertirse en importantes preocupaciones de la educación superior, a fin de facilitar las posibilidades de empleo de los diplomados, que cada vez estarán más llamados a crear puestos de trabajo y no a limitarse a buscarlos. Las instituciones de educación superior deberían brindar a los estudiantes la posibilidad de desarrollar plenamente sus propias capacidades con sentido de la responsabilidad social, educándolos para que tengan una participación activa en la sociedad democrática y promuevan los cambios que propiciarán la igualdad y la justicia. (p. 31)

Este inciso aclara que más allá de las carreras empresariales o administrativas, la Educación Superior debe asegurar profesionales competentes que estén dispuestos a generar empleo más que ser solo asalariados.

Por otra parte, el artículo 142 del capítulo 2 de la Ley Orgánica de Educación Superior de la Asamblea Nacional del Ecuador (2010) sostiene que:

... Todas las instituciones de Educación Superior, públicas y privadas, deberán instrumentar un sistema de seguimiento a graduados y sus resultados serán remitidos para conocimiento del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.

Esta ley es relevante para este trabajo porque el seguimiento a graduados permite establecer una buena red de contactos de estudiantes actuales con profesionales graduados y mejorar así la gestión de empresas nacientes.

Metodología

En cuanto a la metodología, al ser una investigación de campo se considerará el diseño de investigación, el enfoque, el alcance, la población y muestra, el instrumento escogido, la técnica de recogida de datos y el análisis de los mismos a través del modelo estadístico seleccionado.

1.22 Diseño de la investigación

El diseño de investigación definido para esta investigación es un diseño no experimental. El diseño consiste en la maniobra que se utilizará para obtener los datos relevantes al estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). Esta investigación es definida como una investigación cuantitativa ya que a partir de las hipótesis se realizarán análisis comprobatorios de correlación cruzada en la encuesta y una investigación cualitativa porque se describirán las causas que influyen en la creación de emprendimientos de tipo start-up y permiten su sostenibilidad.

Al ser no experimental no se planea manipular la información sino analizar los resultados obtenidos tal y como se presentan (Hernández et al., 2010). El papel que se jugará en esta investigación es de describir los factores más influyentes en las causas de creación y la sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up y realizar análisis de correlación cruzada entre ciertos factores demográficos y las variables a estudiar.

La investigación tiene un diseño no experimental con horizonte de tipo transversal puesto que es un trabajo limitado por un período de tiempo (semestre A-2018). Hernández et al. (2010) sostienen que el horizonte de tipo transversal tiene un punto de partida y un punto de fin, fijando un periodo determinado, por lo que los análisis que requieran más tiempo y no puedan ser cubiertos en su totalidad en este trabajo, serán detallados en las recomendaciones a futuras investigaciones.

1.23 Enfoque

Para el desarrollo de la investigación, se consideró un enfoque cuantitativo, definido por Hernández et al. (2010) como un enfoque que “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p. 4). Este enfoque cuantitativo estará

enraizado en un modelo estadístico para procesar la información obtenida de las fuentes primarias.

Además, se consideró un enfoque cualitativo, al que Hernández et al. (2010) definen como un enfoque donde se desarrollan las preguntas de investigación e hipótesis simultáneamente con el análisis de datos. Los métodos de recolección de datos servirán para perfeccionar la estructura de las preguntas de investigación a la vez que se considerarán nuevas incógnitas que pueden surgir durante el análisis de los datos. El enfoque cualitativo aporta también con un grado de subjetividad que permite mayor apertura en la interpretación de los resultados y que está ligado al contexto de la población o a la percepción del investigador (Hernández et al., 2010).

1.24 Alcance

Partiendo del alcance de la investigación de enfoque mixto, con el análisis y estudio del comportamiento de las variables establecidas. Se determinó un alcance correlacional-descriptivo para indagar en las causas del problema.

El alcance correlacional busca medir la relación o el grado de asociación que existe entre dos o más variables, que deben ser medibles de manera numérica. Este alcance consiste en un análisis inicial de las variables para luego analizar el comportamiento de cada una cuando se relaciona con la otra. Este tipo de relación permite establecer una tendencia de comportamiento a partir de los datos iniciales (Hernández et al., 2010).

El alcance descriptivo, por otra parte, tiene como propósito relatar las principales características del fenómeno (Hernández et al., 2010) y en el caso de este trabajo, describir los hallazgos obtenidos.

1.25 Población y muestra

La población definida para la investigación será la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Para este estudio se habían considerado todas las carreras disponibles en cada Facultad, sin embargo, debido a la falta de información de ciertas carreras la población establecida es la que se presenta a continuación.

En la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas se considerarán las carreras: (a) Administración de Empresas, y (b)

Contabilidad y Auditoría. En la Facultad de Especialidades Empresariales se considerarán las carreras: (a) Comercio, (b) Emprendimiento, y (c) Turismo.

Tabla 20. Cantidad de graduados por carrera y por año

Carreras	Graduados		
	2014	2015	2016
Administración de Empresas	-	51	138
Contabilidad y Auditoría	50	92	115
Comercio	80	195	79
Emprendimiento	39	41	-
Turismo	72	200	104

Nota. Elaborado a partir de las bases de datos proporcionadas por las carreras.

Esta población fue determinada por el contraste que se puede hacer entre conocimientos empresariales (Facultad de Especialidades Empresariales) y conocimientos económicos/financieros (Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas) para analizar las causas de creación de emprendimientos de tipo start-up y su sostenibilidad.

Usando la fórmula para el cálculo de la muestra, se estableció que con un nivel de confianza de 99% y un margen de error del 9,60%, la muestra para este estudio era de 157. Sin embargo, se tenía una baja expectativa de respuesta, debido a que en las bases de datos proporcionadas por la universidad no se especifica si la comunidad de graduados realizó un emprendimiento o se encuentra en relación de dependencia. Además, se tenía el inconveniente de no contar con los correos actualizados de los graduados.

1.26 Técnica de recogida de datos

Al contar con una población compuesta por profesionales que no disponen de mucho tiempo, se decidió llevar a cabo los cuestionarios en línea a través del programa Google Forms, con el fin de que los datos sean extraídos directamente de dichas bases de datos y no haya ningún inconveniente con los horarios o la lejanía de las empresas. Los cuestionarios serán remitidos vía email según las bases de datos otorgadas por cada facultad.

El instrumento que será utilizado para extraer la información de las fuentes primarias será un cuestionario de 20 preguntas estructuradas. El cuestionario fue elaborado a partir de tres trabajos base que analizan, por una parte, qué factores influyen en la creación de emprendimientos (AJE,

2014), cuáles son los factores y condiciones del entorno que influyen en la sostenibilidad de las empresas (Cordero et al., 2011) y cuáles son las condiciones de un emprendimiento universitario (Parra & Argote, 2013).

Antes de enviar el cuestionario, éste fue sometido a revisión y prueba por parte de un ex graduado de Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional que se encuentra en el campo del Comercio Exterior y las Relaciones Internacionales, debido a que su experticia en emprendimientos y start-ups le permiten tener un vasto conocimiento sobre los principales inconvenientes de sostenibilidad y qué motiva a las personas a emprender. El fin de revisar el cuestionario con un experto es verificar si la terminología usada es de fácil comprensión por quien es encuestado, además de sugerencias sobre temas que pueden ser relevantes a la investigación pero que fueron excluidos.

Tabla 21. Revisión del instrumento

Factores a revisar	Opinión	Sugerencia
Terminología usada	Clara y apropiada según lo que se espera determinar	Cambiar en la pregunta 3, la palabra 'reingeniería de procesos' por 'automatización de procesos'. Cambiar en la pregunta 3 la palabra 'tecnología de punta' pues es un término muy subjetivo. Detallar su significado y explicar el significado de tecnología blanda.
Comprensión de las preguntas	Estructura comprensible y opciones de respuesta adecuadas	Agregar una pregunta donde se especifique la formalidad del emprendimiento, puesto que los emprendimientos informales no contribuyen al gobierno y su sistema tributario.
Relevancia de los temas a tratar	Temas claros y ordenados	En la pregunta 10, especificar rangos de tiempo para mayor facilidad de tabulación.
Observaciones: Revisar la publicación 30/30 del diario El Comercio donde se realizan entrevistas a personas entre 25 a 30 años sobre casos de éxito empresarial. Verificar programas de Innobis para emprendedores y microempresarios. Hacer seguimiento al canal de la UCSG para casos de ex estudiantes de la Universidad que se encuentran activos en el mundo empresarial.		

Nota. Elaborado según los comentarios de revisión del instrumento

Tabla 22. Ficha técnica instrumental

Instrumento	Cuestionario estructurado con preguntas cerradas
Objetivo	Conocer la actividad emprendedora de la comunidad de graduados con respecto a temas como: si generaron un emprendimiento o se encuentran en relación, si emprendieron

	de forma convencional o empresas de tipo start-up, si han sido sostenibles o si sus empresas han cerrado.
Fuente	Extraído de “Análisis de los factores que contribuyen al éxito de proyectos empresariales” (AJE Madrid, 2014), “Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de empresas del área urbana de la ciudad Cuenca, Ecuador” (Cordero, Astudillo, Carpio, Delgado & Amón, 2011) y “Una mirada a las empresas de los estudiantes y egresados: el caso de la Universidad EAN” (Parra & Argote, 2013).
Variabes	Variable dependiente: Sostenibilidad
	Variabes independientes: Causa/Tipo de emprendimiento Sector del emprendimiento
Partes	4 partes: Factores demográficos y generales Información sobre la constitución de la empresa Financiamiento Factores ligados a la sostenibilidad
Población y Muestra	Comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas y la Facultad de Especialidades Empresariales de los años 2014, 2015 y 2016.
Fiabilidad y Validez	Cuestionarios ensayados con pruebas piloto y resultados concluyentes en Madrid, España, en Cuenca, Ecuador y la Universidad EAN (Escuela de Administración de Negocios) de Bogotá, Colombia. Sometido a prueba y revisión por parte de un graduado de Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional.

Nota. Formato extraído de Vara, A. (2012). Desde la idea inicial hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales. Lima, Perú: Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Adaptado por Gabriela Erazo.

El cuestionario inicia con el sexo del emprendedor para poder determinar, según la muestra, quienes son los que más emprenden, hombres o mujeres. Esta pregunta pretende corresponder a lo establecido en los antecedentes entre el sexo y la actividad emprendedora, debido a que los emprendimientos por oportunidad son generados en su mayoría por los hombres y los emprendimientos por necesidad por las mujeres (Lasio et al., 2017). Se espera saber si el individuo tiene un emprendimiento, para establecer el porcentaje de empresas generadas por la comunidad de graduados, según quienes tomaron el cuestionario.

Con respecto a la edad, se desea analizar qué edad tenía el individuo cuando emprendió, con el fin de entender si hay una edad promedio en la que se emprende como se mencionaba en los antecedentes (Brockhaus, 1982; Moriano, Palací, & Morales, 2006). La siguiente pregunta tiene que ver

con el nivel de formación al momento de emprender, con el fin de establecer si los emprendedores solo requirieron su título de tercer nivel o si obtuvieron un título de grado superior como manera de mejorar su nivel de educación (Gibb & Hannon, 2006; Espíritu & Sastre, 2007; Rovayo, 2013).

Además, es preciso especificar la Facultad dónde se gradúo con la intención de saber cuáles estudiantes emprenden más y si el emprendimiento está ligado a la orientación de la Facultad. La última pregunta sobre aspectos del emprendedor es el año de graduación, para conocer los años en los que se generaron más emprendimientos.

Tabla 23. Factores demográficos y generales

Pregunta	Base teórica	Tipo
Sexo	(Lasio et al., 2017)	Cualitativa Nominal
¿Tiene usted un emprendimiento?	Adaptado por el autor	Cualitativa Nominal
¿A qué edad inició su emprendimiento?	(Brockhaus, 1982; Moriano, Palací, & Morales, 2006)	Cuantitativa de Intervalo
¿Qué nivel de formación poseía al constituirlo?	(Gibb & Hannon, 2006; Espíritu & Sastre, 2007; Rovayo, 2013)	Cualitativa Ordinal
¿En qué Facultad estudió?	Adaptado por el autor	Cualitativa Nominal
¿En qué año se gradúo?	Adaptado por el autor	Cuantitativa Nominal

Nota. Elaborado a partir de la parte demográfica y general de la encuesta.

Se pretende también analizar las variables relacionadas con la constitución de la empresa. Se pregunta el motivo por el cual se emprendió para poder establecer el tipo de emprendimiento (Rodríguez, 2009; Díaz & Cancino, 2014). Además, se pregunta si se realiza facturación con el fin de determinar la formalidad del emprendimiento y se pregunta el año en que se constituyó para determinar en qué años hubo auges de creación.

A partir del establecimiento de quienes tienen un emprendimiento y su formalidad, se inicia con una identificación de las características que permiten establecer qué es un start-up (Marty, 2002; Evers, 2003; Rivers, 2012; Bucardo et al., 2015; Montoya, 2015; Contreras et al., 2017). El objetivo es saber qué tipo de emprendimientos se están generando y si el emprendedor elaboró un plan de negocios estructurado (AJE, 2014).

Finalmente, se desea saber cuánto tiempo le llevó constituir el emprendimiento (Guzmán, 1999; Moriano et al., 2006) y en qué sector fue constituido (INEC, 2016), con el fin de determinar cuál sector es donde más

se asientan las personas que emprenden y cuánto influye la tramitología en el deseo de emprender en Ecuador.

Tabla 24. Factores de constitución de la empresa

Pregunta	Base teórica	Tipo
¿Cuál fue el principal motivo que lo/a llevó a emprender?	(Rodríguez, 2009; Díaz & Cancino, 2014)	Cualitativa Nominal
Para la actividad económica que desempeña, ¿utiliza facturación?	Adaptado por el autor	Cualitativa Nominal
¿En qué año constituyó su emprendimiento?	Adaptado por el autor	Cuantitativa de Intervalo
¿Qué característica innovadora considera que posee su emprendimiento?	(Marty, 2002; Evers, 2003; Rivers, 2012; Bucardo et al., 2015; Montoya, 2015; Contreras et al., 2017)	Cualitativa Nominal
¿Realizó un plan de negocios estructurado sobre los objetivos a alcanzar al momento de emprender?	(AJE, 2014)	Cualitativa Nominal
¿Cuánto tiempo aproximadamente le tomó constituir el emprendimiento?	(Guzmán, 1999; Moriano et al., 2006)	Cuantitativa Ordinal
¿En qué sector económico se encuentra su emprendimiento?	(INEC, 2016)	Cualitativa Nominal

Nota. Elaborado a partir de los factores de constitución de la encuesta.

En cuanto al financiamiento, se consultó el método de financiamiento usado para llevar a cabo el emprendimiento. Existen múltiples fuentes de ingresos para empezar un emprendimiento, desde pedir un préstamo a una entidad financiera hasta hacer uso de los ahorros familiares. El financiamiento guarda relación con el emprendimiento porque permite que éste se lleve a cabo (Freire, 2004; Parra & Argote, 2013).

Tabla 25. Fuentes de financiamiento

Pregunta	Base teórica	Tipo
¿Qué método de financiamiento utilizó para constituir su emprendimiento?	(Freire, 2004; Parra & Argote, 2013)	Cualitativa Nominal

Nota. Elaborado a partir de las fuentes de financiamiento de la encuesta.

Finalmente, se establecen las preguntas de sostenibilidad, que para esta investigación se analizan desde la perspectiva de la durabilidad en el tiempo. Se espera saber cuánto tiempo lleva el start-up en funcionamiento y cuáles son los tres factores que más influyen en el éxito, según la percepción del emprendedor. Todos los factores considerados fueron propuestos por la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid (AJE,

2014) y fueron adaptados al perfil ecuatoriano. Al final se desea conocer cuál es el factor más relevante para la sostenibilidad de un emprendimiento, según el punto de vista del emprendedor (Cordero et al., 2011).

Tabla 26. Factores de sostenibilidad de la empresa

Pregunta	Base teórica	Tipo
¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en funcionamiento?	Adaptado por el autor	Cuantitativa de Intervalo
Según su percepción, ¿cuáles son los tres factores más influyentes en el éxito de un emprendimiento?	(AJE, 2014)	Cualitativa Nominal
¿Qué factor considera es el más relevante para la sostenibilidad de un emprendimiento?	(Cordero et al., 2011)	Cualitativa Nominal

Nota. Elaborado a partir de los factores de sostenibilidad de la encuesta.

Además del cuestionario, se estableció realizar una entrevista de 6 preguntas abiertas al 10% de los emprendimientos, que serán escogidos por conveniencia, con el propósito de comprender con mayor claridad las respuestas obtenidas en las encuestas. Las preguntas que se realizarán son preguntas abiertas que toman en cuenta las variables de estudio: (a) tipo de emprendimiento, (b) sector del emprendimiento; y (c) sostenibilidad. En la tabla 27 se muestran las 6 preguntas establecidas para la entrevista.

Tabla 27. Preguntas y variables consideradas para la entrevista

Preguntas	Variable considerada
¿Cómo surgió la idea de generar el emprendimiento?	Causas del emprendimiento
¿Cuál ha sido el principal obstáculo que ha tenido que enfrentar con respecto a la permanencia de su emprendimiento en el mercado?	Sostenibilidad del emprendimiento
¿Qué aspecto considera que es el más importante para la sostenibilidad?	Sostenibilidad del emprendimiento
¿Considera usted que existen incentivos suficientes en el país para el desarrollo de emprendimientos en el sector escogido? Si es así, ¿se sintió apoyado por el gobierno?	Sector del emprendimiento
¿Cómo fomenta la innovación en su empresa?	Start-up
¿Qué consejo les daría a los futuros emprendedores?	Causas del emprendimiento Sostenibilidad del emprendimiento

Nota. Preguntas por conveniencia establecidas a partir del marco teórico

El objetivo de la entrevista es que el emprendedor pueda expresar con mayor fluidez las razones que lo llevaron a establecer un negocio y que se conozca con más claridad la percepción del emprendedor hacia los incentivos del gobierno o la importancia de la innovación en la sostenibilidad de los emprendimientos. Además, se plantea la pregunta de qué consejos se darían a nuevos emprendedores como una manera de reconocer qué percepción tienen los encuestados del entorno emprendedor en Ecuador.

Se considerará solamente el 10% de la muestra para la entrevista a profundidad, por dos razones: (a) por el bajo nivel de respuesta que se espera por parte de los encuestados, y (b) por el poco tiempo disponible para realizar las entrevistas. Sin embargo, se cree que el 10% es un porcentaje relevante para un consolidado inicial de atributos ya que es un muestreo por conveniencia limitado por un período de tiempo establecido.

1.27 Análisis de datos

Según el cuestionario establecido, cada pregunta tiene el propósito de mostrar la frecuencia de respuesta con respecto a la percepción de la Comunidad de Graduados hacia la constitución de empresas, métodos de financiamiento y factores asociados a la sostenibilidad. Esto se realizará con el fin de verificar el nivel de influencia de los factores reconocidos en otros países o ciudades, en el contexto del emprendedor guayaquileño, de forma más específica, el emprendedor de la comunidad de graduados, y qué percepciones se tiene de los start-ups como un concepto aún muy nuevo en el ámbito empresarial de Guayaquil.

Además, se realizarán análisis comprobatorios de correlación cruzada entre las variables demográficas y generales con el objetivo de determinar si, para la muestra estudiada, existe asociación o no entre las variables de investigación. Los análisis de correlación cruzada tienen el propósito de mostrar cómo las variables se relacionan entre ellas y qué influencia tienen la una con respecto a la otra. En la tabla 28 se especifican las relaciones que se han planteado para este estudio.

Tabla 28. Variables a comparar para el análisis de correlación cruzada

Variable 1	Variable 2
Sexo	Tener un emprendimiento
	Cuánto tiempo lleva en funcionamiento

Edad	Motivo de la constitución del emprendimiento
Motivo de la constitución del emprendimiento	Cuánto tiempo lleva en funcionamiento

Nota. Variables elegidas a partir de relaciones determinadas en los antecedentes y Marco Teórico.

Para las tablas cruzadas se decidió utilizar la prueba de chi cuadrado que es un análisis que “permite determinar si existe una relación entre dos variables categóricas (cualitativas)” (Tinoco, 2008, p. 3). Este análisis es muy útil para determinar la dependencia entre dos variables cualitativas, aunque no determina el grado de asociación entre las mismas. Es usado para variables cualitativas porque sirve para darles una base estadística y confiable a los datos.

Se decidió utilizar este análisis ya que la mayoría de las variables consideradas son cualitativas, por lo que la prueba de chi cuadrado es la forma de darle un respaldo sólido, a través de un modelo estadístico probado, a la parte cualitativa del estudio. Además, porque al ser una revisión inicial es necesario establecer si existe asociación entre las variables mencionadas en la tabla 28 para entender cuál es la situación real de los emprendimientos considerados.

Hallazgos

A continuación, se presentan los principales hallazgos obtenidos a partir de las encuestas y entrevistas realizadas. Además, la revisión y desarrollo de los objetivos planteados al inicio del trabajo de titulación para comprender con más claridad la relación e influencia del marco teórico, conceptual, referencial y legal en el contexto de los emprendimientos de tipo start-up.

1.28 Análisis de la situación actual de los emprendimientos generados por la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Los emprendimientos están orientados hacia la Comunidad Universitaria por la influencia que tienen las Instituciones de Educación Superior en el desarrollo de habilidades, actitudes y aptitudes para futuros generadores de microempresas (Novillo, Sarmiento, Ollague, & Ramón, 2017). El éxito de este tipo de emprendimientos puede estar ligado a la preparación universitaria como base para la creación de negocios sostenibles en el tiempo. Por esta razón, Novillo et al. (2017) citando a Valencia, Cadavid, Ríos y Awad (2012) explican que la universidad puede influir positivamente en los jóvenes según la calidad de la educación que se ofrezca.

Sin embargo, a pesar de que los emprendimientos universitarios pueden generar ingresos al país, necesitan acompañamiento para asegurar su éxito (Melendres, 2018). Es por esto que la Comunidad Universitaria: (a) directivos, (b) docentes, y (c) estudiantes, debe estar comprometida con la mejora continua de la Educación Superior (Rovayo, 2013). Además, Melendres (2018) sostiene que la estrategia más efectiva de cualquier emprendedor para alcanzar la sostenibilidad es buscar acompañamiento de expertos que tengan una visión más amplia de los negocios y el mercado, disminuyendo los riesgos.

Para potenciar los emprendimientos se promueve el concepto de “incubadora de empresas”. Las incubadoras tienen como principal objetivo impulsar el uso de tecnología sostenible y durable en el tiempo, asesorar a los start-ups en la fase inicial para reducir al máximo los errores y fomentar

la investigación como método de reconocimiento de mejores oportunidades (Altamirano, 2018). Las incubadoras pueden llevar a los start-ups a reducir su exposición a riesgo y fallas.

Como se mencionó en el capítulo 2 de metodología, la cantidad total de graduados considerados para este estudio fue de 1256, que pudieron ser contactados vía correo electrónico a través de las bases de datos proporcionadas por las carreras. Se intentó localizar a 423 graduados que eran parte de la población por medios no convencionales como redes sociales, debido a que no se proporcionó ninguna información de contacto por parte de la carrera. Sin embargo, no se tuvo éxito y por eso no fueron incluidos en la población inicial.

Dentro del contexto de estudios previos realizados en universidades ecuatorianas, el sexo no es un indicador concreto que determine la cantidad de emprendimientos que se generan, por lo que se sugiere realizar más estudios con respecto a la relación entre sexo y generación de emprendimientos para que la base teórica ayude a definir el perfil del emprendedor (Novillo et al., 2017). Ciertos estudios (Zambrano, 2017) sostienen que los spin-offs universitarios necesitan sobre todo de innovación para su sostenibilidad, ya que la innovación permite crear una ventaja diferencial en el mercado.

Acosta, Villacís y Jiménez (2017) afirman que los estudiantes empiezan a mostrar cierto interés en emprender después de obtener su título universitario. Mientras que para Mejía, Morales y Murillo (2017) es importante impulsar la gestión del conocimiento mientras son estudiantes, como un medio de crear valor intangible y duradero en la creación de empresas, sosteniendo que la intención de emprendimiento y su sostenibilidad están ligadas a la habilidad de los empresarios de satisfacer las necesidades de la cadena de valor del negocio.

Son varios los estudios realizados a nivel universitario con relación al emprendimiento, la habilidad emprendedora, las características del emprendedor, los spin-offs universitarios, entre otros. No se toman los resultados de dichos trabajos con el fin de comparar, sino más bien, que ciertos aspectos ya estudiados puedan servir como guía para esta investigación y permitan entender con mayor claridad el contexto de las

respuestas obtenidas, partiendo de la premisa que la Comunidad Universitaria es muy similar en Ecuador, indiferente de los estratos sociales o el nivel socioeconómico.

Los emprendimientos universitarios pueden estudiarse a partir de la teoría de la triple hélice. González (2009) sostiene que esta teoría une tres conceptos importantes: (a) la universidad, (b) las industrias, y (c) el gobierno. Se ha hablado mucho de la migración de la era industrial a la era del conocimiento, por lo que la integración de estos tres actores en la teoría del triple hélice da relevancia a la información y al correcto uso de la misma (González, 2009). Esta autora manifiesta que los beneficios de una adecuada integración entre universidades, industrias y gobierno pueden permitir que los emprendimientos generados tengan menos obstáculos de creación y mayores oportunidades de crecimiento y desarrollo.

La teoría de triple hélice se aplica a la situación de los emprendimientos universitarios de la Comunidad de Graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil porque uno de los objetivos de la misma es involucrar al gobierno en las actividades de desarrollo humanístico y empresarial a través de los seminarios y talleres dictados por entidades públicas a la Comunidad Universitaria. El trabajo conjunto de la Universidad y el Gobierno permite mejorar los ambientes y evidencia la importancia del rol del gobierno como principal gestor de la innovación (González, 2009; Lundvall, 2016).

Como fue mencionado en la metodología, la encuesta fue enviada a 1256 personas a través de Google Forms, usando los correos proporcionados por cada carrera. Se estableció un tiempo de repuesta de dos semanas, pues se consideró que era el tiempo suficiente en que las personas accederían a la encuesta en línea para responder según su situación actual. El porcentaje de respuesta o aceptación por parte de la Comunidad de Graduados fue de 12,50%, lo que conduce a un análisis de las causas de un nivel bajo de aceptación y respuesta.

Para el envío de las encuestas se utilizó el correo institucional proporcionado por la Universidad, para asegurar la fiabilidad del remitente y la responsabilidad de uso de los datos proporcionados por la universidad. Sin embargo, no se obtuvo el porcentaje de respuesta esperado, que era de

30-35%. Una de las causas por las que no se obtuvo un porcentaje superior de respuesta puede ser que muchos de los correos proporcionados por las secretarías de cada carrera no estaban actualizados, por lo que al enviar la encuesta se recibieron alertas de correos inexistentes, mal copiados, servidores no vigentes, entre otros.

Otra de las causas podría ser que muchas de las personas que intentaron ser contactadas no disponían del tiempo necesario para responder una encuesta, por lo que pueden haber preferido hacer caso omiso e ignorar el correo ya que era una encuesta con 4 partes a considerar (factores demográficos, constitución, financiamiento y factores de sostenibilidad). También puede ser que muchos de los integrantes de la comunidad de graduados hayan considerado la encuesta como SPAM o como un virus, por lo que preferirían no contestarla para evitar la descarga de un virus en sus ordenadores.

Tabla 29. Cantidad de encuestados y porcentaje de respuesta

Facultades	Total
FCEA*	446
FEE**	810
Total	1256
Respuestas	157
Porcentaje de respuesta	12,50%

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms. *Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. ** Facultad de Especialidades Empresariales.

El primer análisis a realizar es la cantidad de emprendimientos que fueron generados según el sexo. Las respuestas, indiferente de si tenían o no un emprendimiento, fueron de 92 mujeres y 65 hombres. De las 157 respuestas obtenidas, 87 afirmaron no tener un emprendimiento y 70 afirmaron que sí pusieron en marcha un emprendimiento. Del total de personas que no emprendieron, 58 eran mujeres y 29 eran hombres, mientras que del total de personas que sí emprendieron, 34 eran mujeres y 36 eran hombres.

Tabla 30. Cantidad de emprendimientos según el sexo del encuestado

¿Tiene usted un emprendimiento?	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
No	58	29	87
Sí	34	36	70
Total	92	65	157

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

Este primer resultado muestra que las mujeres lideran el porcentaje de no creación de emprendimientos por una extensa diferencia (67%-33%), mientras que, aunque los hombres son quienes más emprendieron, la diferencia en este aspecto no es muy amplia (51%-49%). Esto puede estar relacionado con el hecho de que según el contexto de emprendimientos universitarios son los hombres quienes más emprenden, sin embargo, en los últimos años se ha visto un constante crecimiento de los emprendimientos femeninos por lo que se puede justificar la diferencia mínima.

También se puede destacar que del total de personas que emprendieron, 32 eran personas entre 20 y 24 años y de la misma manera, 32 tenían entre 25 y 29 años de edad, por lo que 91,42% del total de personas que emprendieron se encuentran en un rango entre 20 y 29 años. 2 personas se encontraban entre 30 y 34 años y las 4 personas restantes tenían una edad menor o igual a 19 años.

Tabla 31. Cantidad de emprendimientos según el rango de edad y sexo del encuestado

¿Tiene usted un emprendimiento?	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
No	58	29	87
Sí	34	36	70
<i>Entre 20 y 24 años</i>	19	13	32
<i>Entre 25 y 29 años</i>	12	20	32
<i>Entre 30 y 34 años</i>	1	1	2
<i>Menor o igual a 19 años</i>	2	2	4
Total	92	65	157

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

Considerando el nivel de formación, las respuestas obtenidas estaban entre personas con un título de tercer nivel y personas sin título universitario, pero ya inscritas en la universidad. Se había considerado dos opciones de respuesta adicionales, título de cuarto nivel (maestría) y título de cuarto nivel (postgrado). Sin embargo, de las respuestas obtenidas, nadie tenía un título de cuarto nivel cuando decidió emprender.

Del total de personas que emprendieron, 44 tenían título de tercer nivel y 26 tenían sólo su título de bachiller y ya se encontraban estudiando en la Universidad. De quienes tenían título de tercer nivel, 28 tenían entre 25 y 29 años y 15 de las personas tenían entre 20 y 24 años. Por lo que,

97,73% de las personas con título universitario se encontraban en un rango de edad de 20 a 29 años.

Por otra parte, de quiénes tenían solamente el título de Bachiller, 17 emprendieron con una edad entre 20 y 24 años, siendo este el rango de edad con más frecuencia de todo el grupo. 4 personas tenían entre 25 y 29 años, 2 tenían una edad entre 30 y 34 años y 3 personas tenían 19 años o una edad inferior y se encontraban ya inscritos en la universidad.

Tabla 32. Cantidad de emprendimientos y el nivel de formación del emprendedor

Edad	Nivel de Formación		Total
	Tercer nivel (título universitario)	Título de Bachiller (en la Universidad)	
Entre 20 y 24 años	15	17	32
Entre 25 y 29 años	28	4	32
Entre 30 y 34 años	-	2	2
Menor o igual a 19 años	1	3	4
Total	44	26	70

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

De acuerdo con la cantidad de emprendimientos y la Facultad, se tenía la intención de mostrar un contraste entre las Facultades con orientación económica y la facultad con orientación empresarial. Sin embargo, al no recibir respuesta alguna por parte de la Facultad Técnica para el Desarrollo, solo se podrá conducir un análisis entre las Facultades de Ciencias Económicas y Administrativas y la Facultad de Especialidades Empresariales.

También se puede mencionar que 53 de los 70 emprendimientos generados son de la comunidad de graduados de la Facultad de Especialidades Empresariales, mientras que 17 pertenecen a la comunidad de graduados de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. El porcentaje de respuesta fue superior en el caso de la Facultad de Especialidades Empresariales porque la población era mayor.

Tabla 33. Cantidad de emprendimientos y facultad del emprendedor

Edad	Facultad		Total
	Ciencias Económicas y Administrativas	Especialidades Empresariales	
Femenino	10	24	34
Masculino	7	29	36
Total	17	53	70

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

En la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, el 58,82% de emprendimientos fueron llevados a cabo por mujeres y el 41,18% por hombres, mientras que en la Facultad de Especialidades Empresariales el 45,28% de emprendimientos fueron llevados a cabo por mujeres y el 54,72% fueron llevados a cabo por hombres. El porcentaje más alto de los emprendimientos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (60%) fueron conducidos por personas en un rango de edad entre 20 y 24 años y el 50,94% de los emprendimientos de la Facultad de Especialidades Empresariales fueron llevados a cabo en un rango entre 25 y 29 años. En el rango de menor o igual a 19 años, se encuentran solo 4 personas del total de graduados que emprendieron.

Tabla 34. Cantidad de emprendimientos según la facultad, el sexo y la edad del emprendedor

Edad	Facultad		Total
	Ciencias Económicas y Administrativas	Especialidades Empresariales	
Femenino			
Entre 20 y 24 años	6	13	19
Entre 25 y 29 años	3	9	12
Entre 30 y 34 años	-	1	1
Menor o igual a 19 años	1	1	2
Total femenino	10	24	34
Masculino			
Entre 20 y 24 años	3	10	13
Entre 25 y 29 años	2	18	20
Entre 30 y 34 años	1	-	1
Menor o igual a 19 años	1	1	2
Total masculino	7	29	36
Total	17	53	70

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

Con respecto a la cantidad de emprendimientos y el año de graduación se puede decir que hubo un mayor nivel de respuesta por parte de los graduados del año 2016, quizá porque al ser un año muy reciente la información está más actualizada y por ende hay más apertura o porque al ser personas que llevan poco tiempo graduadas de la universidad aún se mantienen pendientes de los correos o invitaciones de la misma. Indiferente de la facultad, 17 de las personas que emprendieron se graduaron en el año 2014, 22 se graduaron en el 2015 y 31 se graduaron en el año 2016.

Tabla 35. Cantidad de emprendimientos y año de graduación

	FCEA*	FEE**
--	-------	-------

Edad	2014	2015	2016	2014	2015	2016	Total
Entre 20 y 24 años	-	2	7	4	9	10	32
Entre 25 y 29 años	2	-	3	10	10	7	32
Entre 30 y 34 años	-	-	1	1	-	-	2
Menor o igual a 19 años	-	-	2	-	1	1	4
Total	2	2	13	15	20	18	70

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms. *Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. **Facultad de Especialidades Empresariales.

1.29 Causas que impulsaron los emprendimientos de tipo start-up a la comunidad de graduados

Entre las causas que impulsaron los emprendimientos se consideraron 4 aspectos muy comunes: (a) la creación de un emprendimiento por convicción y para generar ingresos adicionales, (b) un emprendimiento para crear un beneficio para la comunidad, (c) la creación de un emprendimiento por encontrarse desempleado o inconforme con el empleo actual, y (d) un emprendimiento para enfrentar la crisis económica.

Las causas propuestas para la encuesta son características de los emprendimientos por oportunidad y por necesidad mencionados en el marco teórico, sin embargo, se plantearon usando una terminología más común para que el encuestado entienda con mayor claridad cada opción de respuesta.

De esta manera, cuando se menciona un emprendimiento por convicción y para generar ingresos adicionales y un emprendimiento para crear un beneficio para la comunidad, se están delimitando características de un emprendimiento por oportunidad. Díaz y Cancino (2014) resaltan que los emprendimientos por oportunidad tienen como objetivo beneficiar no sólo al gestor de la idea, sino que también a todas las partes involucradas y a la sociedad en general, a través de la inversión en los sectores económicos más rentables y el desarrollo de estrategias innovadoras.

Para los emprendimientos por oportunidad resulta importante realizar un análisis detallado de todas las variables que pueden influir positiva y negativamente antes de llevarlo a cabo pues este tipo de empresas deben ser rentables para cumplir su objetivo. Se considera la innovación, el nivel de educación, la proyección al futuro, la visión de crecimiento, el liderazgo del emprendedor, entre otros (Dubini, 1989; Espíritu & Sastre, 2007; Arteaga & Lasio, 2009; Rovayo, 2013; Díaz & Cancino, 2014).

Se consideró *crear un beneficio para la comunidad* porque la idea de impulsar un emprendimiento que favorezca al consumidor y al mercado es uno de los mayores objetivos del emprendedor universitario. Gibb y Hannon (2006) expresan que la educación superior está comprometida con la sociedad pues se busca involucrar a todas las universidades del sector público y privado en la generación de emprendimientos socialmente responsables. Esto autores también mencionan que es necesario crear conciencia en los jóvenes emprendedores que se encuentran envueltos en un mundo de incertidumbre.

Los emprendedores están motivados a crear un negocio por convicción personal. Un emprendimiento por convicción, se diferencia de un emprendimiento por necesidad por el ambiente en el que se genera (Banchieri, Blasco, & Campa, 2013). Para Osterwalder (2004) el éxito del emprendedor se encuentra en el modelo de negocios escogido, donde se presenta una propuesta de valor innovadora que toma ventaja de la tecnología y recursos disponibles. Esta causa de emprendimiento consiste principalmente en saber reconocer las oportunidades del mercado y superar las expectativas del consumidor (Díaz & Cancino, 2014).

Dentro de los emprendimientos por convicción se llega a un punto importante para un gestor de negocios, los ingresos. Una de las razones que más impulsa a las personas a emprender es generar ingresos superiores a los que podrían obtener si se encontraran en relación de dependencia (Galindo et al., 2016), a través del impulso de nuevos productos o nuevas formas de servicio que permitan atender las oportunidades del mercado (Keyhani, Lévesque, & Madhok, 2015). Por esa razón, los emprendedores están motivados por el deseo de mejorar su situación económica actual.

La relevancia de esta causa, y su justificación en la encuesta, se puede apoyar en la teoría de Schumpeter (1949) que explica que los emprendedores buscan las estrategias que los conduzcan a manejar los costos de producción y generar ingresos según el nivel de compromiso con el desarrollo del emprendimiento. El emprendedor reconoce que la generación de ingresos está ligada al esfuerzo que ponga en el desarrollo de mejoras en los procesos y el impulso de la innovación (Hurtado, 2016). Se esperaba que ésta fuera la causa más frecuente de creación de

emprendimientos, porque la oportunidad está relacionada con la educación y la población de este que son profesionales con un título de tercer nivel.

Se consideraron también para la encuesta los emprendimientos generados por personas que se encontraban desempleadas o inconformes con el empleo actual, debido a que el desempleo está ligado a los emprendimientos por necesidad. Los emprendimientos por necesidad pueden ser todo negocio que inicia por una razón distinta a convicción personal o análisis de las oportunidades del mercado (Espíritu & Sastre, 2007). Ecuador lidera la tasa de este tipo de emprendimientos en la región de Latinoamérica (GERA, 2017) por lo cual era importante analizar la participación de la comunidad de graduados en este tipo de empresas.

Los emprendimientos por necesidad surgen también en momentos de dificultad, para enfrentar la crisis económica o la inestabilidad política. Este tipo de emprendimientos están orientados hacia personas con un bajo nivel de educación, poco compromiso con la mejora continua y negocios con escasa innovación (Rovayo, 2013). No se esperaba que la comunidad de graduados estuviera muy involucrada con los emprendimientos por necesidad, ya que al tener un título universitario es más probable que se creen negocios con ventajas competitivas frente a la principal competencia.

La causa que más frecuencia de respuesta obtuvo fue 'por convicción y para generar ingresos adicionales' con una participación de 48 emprendimientos en total, mientras que 'crear un beneficio para la comunidad' representó a 6. De esta manera, los emprendimientos por oportunidad, del total de respuestas obtenidas, representan el 77,14%. Los emprendimientos por oportunidad están orientados hacia las personas con un nivel de educación superior (Rovayo, 2013), por lo que se justifica que la mayor parte de respuestas estén orientadas hacia este tipo de emprendimientos.

En el caso de 'por encontrarse desempleado o inconforme con el empleo actual' se obtuvo un total de 12, mientras que la opción de 'para enfrentar la crisis económica' obtuvo un total de 4. Esto muestra que los emprendimientos por necesidad representan 22,86% del total en la comunidad de graduados analizada. Se esperaba una baja participación de

los graduados en este tipo de empresas pues los emprendimientos por necesidad surgen cuando no hay otra opción para generar ingresos.

Tabla 36. Causas para emprender y el sexo del emprendedor

Causas para emprender	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
Para crear un beneficio para la comunidad	2	4	6
Para enfrentar la crisis económica	3	1	4
Por convicción y para generar ingresos adicionales	25	23	48
Por encontrarse desempleado o inconforme con el empleo actual	5	7	12
Total	35	35	70

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

Con respecto a la formalidad del emprendimiento, se consideraron 4 opciones. Los emprendimientos que no facturan, los que facturan a título personal, los que facturan como sociedad jurídica y los que están inscritos voluntariamente en el Régimen Impositivo Simplificado (RISE) para reemplazar el pago de impuesto a la renta y al valor agregado. Se usaron esas tres opciones de tributación porque son los tipos más comunes de contribución de impuestos en Ecuador y se consideró la opción de que no tributen ya que existe un número considerable de emprendimientos informales que puede estar relacionado con la cultura tributaria de los empresarios guayaquileños.

Se consideró analizar la formalidad de los emprendimientos para: (a) medir la participación de la comunidad de graduados en emprendimientos que no tributan, (b) revisar la cantidad de emprendimientos establecidos con facturación a título personal (menor inversión) y facturación como sociedad jurídica (mayor inversión). La importancia de este aspecto también puede considerarse a partir del análisis de la influencia de la formalidad del negocio en la sostenibilidad del mismo.

Entre las características más relevantes de los emprendimientos se encuentra el deseo de generar empleo, aumentar la rentabilidad del país y optimizar el uso de recursos disponibles (Schumpeter, 1949; Knight, 1964; Freire, 2004). Sin embargo, los emprendimientos informales tienden a tener menos intenciones de crecimiento y de expansión por la baja inversión en

propiedad intelectual y tecnología. Además, suelen estar orientados a evadir ciertas leyes para abaratar costos.

Dentro de las respuestas obtenidas se puede decir que 19 emprendimientos no facturan, lo que los califica como *emprendimientos informales*. 36 facturan a título personal, es decir, realizan la contribución de impuestos sin constituir una empresa o sociedad. Se esperaba un alto porcentaje en esta opción de respuesta ya que se están estudiando start-ups, que son empresas nacientes y que generalmente no tienen un alto capital de inversión inicial para constituir una sociedad jurídica.

Las respuestas muestran también que 3 emprendimientos se encuentran en la categoría de RISE, lo que supone que pueden encontrarse en una actividad económica que no exige una contribución obligatoria y por eso optan por una inscripción voluntaria. Finalmente, 12 de los emprendimientos sí facturan como persona jurídica, es decir que, son empresas. Para asegurar la viabilidad de los datos obtenidos, se consultaron los 12 nombres proporcionados en la página web <https://ecuadorpymes.com/> para validar la existencia de dichas empresas.

Tabla 37. Tipo de contribución y el sexo del emprendedor

Tipo de contribución	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
No contribuye	11	8	19
A título personal	16	20	36
Como artesano (RISE)	1	2	3
Como persona jurídica	6	6	12
Total	92	65	70

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

Además de la formalidad del emprendimiento, se consideró analizar las características innovadoras que hacen que un emprendimiento no convencional sea catalogado como un emprendimiento de tipo start-up. Se propusieron 5 opciones de respuesta dentro de las características de start-ups que se pueden aplicar al contexto de las empresas en Ecuador. En esta pregunta se dio la opción al encuestado de elegir más de una respuesta para poder combinar los tipos de start-up existentes.

La respuesta con más frecuencia fue el uso del comercio en línea, que representa a 35 emprendimientos. El comercio en línea se trata de la inclusión de tecnología en los negocios convencionales para mejorar la

productividad a través del uso adecuado de la información y del internet (González, 2010). Este autor también sostiene que el comercio en línea o comercio electrónico se trata de ofrecer un producto o servicio personalizado a los clientes.

Los productos o servicios personalizados pueden relacionarse con otra característica de los start-ups, la oferta de un servicio o producto poco convencional o diferente. Esta opción de respuesta representó a 33 emprendimientos que aseguran ofrecer un producto innovador. La siguiente opción con más frecuencia fue el uso de artefactos electrónicos, automáticos o de control remoto, que representaron 25 emprendimientos en total. El uso de artefactos electrónicos está relacionado con el uso de tecnología dura, ya que se implementan maquinarias o aparatos electrónicos para automatizar los procesos.

Las opciones con menos frecuencia fueron licenciar un software desarrollado por otra empresa para manejar los procesos, que representó a 8 emprendimientos y el desarrollo de un software propio para el manejo de procesos, donde sólo 4 de 70 emprendimientos desarrollaron un software o programa exclusivo para el manejo de sus procesos. Es interesante detallar que de los 4 emprendimientos que desarrollaron su propio software, 3 pertenecen a mujeres.

Tabla 38. Características innovadoras y el sexo del emprendedor

Características innovadoras	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
Oferta de un servicio o producto poco convencional o diferente	12	21	33
Uso de software propios	3	1	4
Uso de un software desarrollado por otra empresa	3	5	8
Uso de artefactos electrónicos, automáticos o de control remoto	13	12	25
Uso del comercio en línea	17	18	35
Total	48	57	105

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

Otro aspecto que se decidió analizar es el desarrollo de un plan de negocios antes de llevar a cabo el emprendimiento. Se tomó en cuenta este aspecto ya que la población escogida se preparó en planificación estratégica, administración de empresas, presupuesto, entre otros, y era necesario medir en qué forma la formación recibida había incidido en el uso

de las herramientas disponibles. Además, porque se espera que los emprendimientos de la comunidad de graduados cumplan con todos los lineamientos y formalidades.

Se encontró que 33 de los 70 emprendedores realizó una lista de actividades simulando un plan de negocios, que quiere decir que no fue necesario elaborar un plan detallado y completo porque era suficiente con detallar ciertas tareas a cumplir para tener claro el objetivo del emprendimiento. 24 emprendimientos no realizaron un plan de negocios estructurado, es decir, emprendieron empíricamente tomando decisiones al andar y sin un plan de base.

Por otra parte, 13 emprendimientos elaboraron un plan de negocios estructurado cumpliendo con todas las fases de la planeación esperadas antes de llevar a cabo un emprendimiento. En la Universidad se dan clases de Planeación Estratégica, Gestión de Operaciones, entre otros, por lo que se esperaba mayor participación en esta opción.

Tabla 39. Desarrollo de un plan de negocios y el sexo del emprendedor

Plan de negocios para emprender	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
No realizó un plan de negocios estructurado	12	12	24
Realizó un plan de negocios estructurado	7	6	13
Realizó una lista de actividades simulando un plan de negocios	16	17	33
Total	35	35	70

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

Se tomó en cuenta dentro de las características de los emprendimientos el tiempo que le tomó al emprendedor llevarlo a cabo, ya que como se mencionaba en la parte de tramitología en el marco referencial, la tramitología en Ecuador es extensa y causa que, comparado con otros países, los emprendimientos tomen más tiempo en ser creados. Sin embargo, según las personas que respondieron la encuesta, a 37 emprendedores les tomó menos de 6 meses constituir su empresa, lo que puede interpretarse como una optimización de tiempo.

A 27 le tomó entre 6 meses y 1 año, lo que quiere decir que en total 91,43% de los emprendimientos se constituyeron en menos de 1 año. Por ende, solo 8,57% de los emprendedores necesitaron más de 1 año en tramitología para lograr constituir su unidad de negocio. Es un porcentaje

que llama la atención porque se dice que la creación de empresas en Ecuador suele demorar debido a la tramitología, sin embargo, estos 70 emprendimientos en su mayoría han logrado hacer un uso adecuado del tiempo.

Tabla 40. Tiempo de constitución del emprendimiento y el sexo del emprendedor

Tiempo de constitución	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
Menos de 6 meses	18	19	37
6 meses - 1 año	14	13	27
1 - 2 años	1	2	3
Más de 2 años	1	2	3
Total	34	36	70

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

El último aspecto que se consideró fue el sector económico del emprendimiento, debido a que se quería mostrar el sector donde la comunidad de graduados estaba invirtiendo. Dentro de las respuestas obtenidas, fueron dos los sectores donde se concentraron los emprendimientos, el sector del comercio (34 emprendimientos) y el sector de servicios (32 emprendimientos). En el sector de construcción se registró un solo emprendimiento, mientras que en el sector de industrias manufactureras se registraron 3 emprendimientos (1 emprendimiento femenino y 2 masculinos).

Tabla 41. Sector del emprendimiento y el sexo del emprendedor

Sector Económico	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
Comercio	18	16	34
Construcción	-	1	1
Industrias manufactureras	1	2	3
Servicios	15	17	32
Total	34	36	70

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

En cuanto a las causas que motivaron a la comunidad de graduados a constituir emprendimientos de tipo start-up se puede ver que se centran en dos sectores específicos, que esta comunidad no elabora un plan detallado de acción, sin embargo, logra manejar con eficiencia el tiempo para constituir el negocio, se concentra en negocios con comercio en línea y que ofrecen un producto o servicio novedoso y son en su mayoría emprendimientos que se manejan a título personal.

Los emprendimientos de este tipo tienen el propósito de mejorar las oportunidades de crecimiento no solo del gestor sino de todos aquellos que participen en el emprendimiento, por lo que resulta relevante que la motivación para emprender sea la convicción y propio convencimiento, en lugar de obligación.

1.30 Factores relacionados con la sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up en la comunidad de graduados

La sostenibilidad es una de las variables claves del estudio porque se espera estudiarla desde el punto de vista de la durabilidad de un negocio en el tiempo. Muchas empresas evaden la sostenibilidad porque consideran que la inversión inicial es muy alta, en comparación con los beneficios que se pueden obtener después (Nidumolu, Prahalad, & Rangaswami, 2009). Estos autores afirman que la inversión en estrategias de sostenibilidad es vista como una reducción de competitividad en el mercado, pues se debe constituir una cadena de valor íntegra y es complicado que todos los actores manejen el mismo nivel de compromiso.

Se consideró analizar el método de financiamiento al que recurrieron los emprendedores para llevar a cabo su idea. La forma de financiamiento más usada fueron los ahorros propios, siendo 52 de 70 emprendedores los que usaron sus ahorros para poder emprender. La segunda forma de financiamiento con mayor frecuencia fueron los ahorros familiares, que representaron 17,70% del total. Siendo así que 63,72% de las fuentes de financiamiento se concentran en ahorros personales o de terceros, demostrando la relevancia de la cultura del ahorro en la personalidad del emprendedor universitario.

El tercer método de financiamiento más utilizado son los préstamos de amigos o familiares, que es cualquier cantidad de dinero proporcionada por un conocido o allegado con la expectativa de devolución de la suma determinada sin tasas de interés y a largo plazo. Esta forma de financiamiento representó 11,50% del total y permanece en relación con familiares o amigos del emprendedor. El cuarto método con más frecuencia son los ingresos procedentes de trabajos anteriores, que representan

10,62% del total y consisten en todo el dinero que se obtiene en una empresa al encontrarse en relación de dependencia.

En quinto lugar, se encuentran los préstamos del sector financiero privado, que se resume en el acceso a financiamiento de instituciones privadas como bancos o cooperativas de crédito y que representa 9,73% de las formas de financiamiento usadas. Finalmente, en sexto lugar se encuentran los préstamos del sector financiero público como instituciones gubernamentales o bancas populares, que representa 4,43% del total de emprendimientos.

Tabla 42. Métodos de financiamiento y el sexo del emprendedor

Método de financiamiento	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
Ahorros propios	25	27	52
Ingresos de trabajos anteriores	5	7	12
Préstamo del sector financiero privado	6	5	11
Préstamo del sector financiero público	5	0	5
Préstamos de amigos/familiares	3	10	13
Ahorros familiares	13	7	20
Total	57	56	113

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

Se consideró el año de constitución del emprendimiento para tener una idea del tiempo de vida del mismo, conocer los años en los que hubo auges de creación, y así, según lo mencionado por algunos autores (Amit et al., 1995; Block & Koellinger, 2009; de Vasconcelos et al., 2013; de Souza et al., 2016; Pajares et al., 2016) establecer la cantidad de emprendimientos que llevan más de dos años en el mercado, lo que los califica como emprendimientos sostenibles en el tiempo. Se plantearon rangos de años para mayor facilidad de tabulación.

Antes del 2009 se constituyeron 4 emprendimientos, entre el 2009 y el 2011 se constituyeron 3 y entre el 2012 y el 2014 se crearon 8 de la cantidad total. Por lo que, hasta el 2014 se habían constituido 21,43% de los emprendimientos. Entre el 2015 y el 2017 se constituyeron 42 emprendimientos, 20 emprendimientos femeninos y 22 masculinos, siendo así que entre esos dos años se creó el 60% de todos los emprendimientos registrados. Por último, según las encuestas realizadas, el 18,57% de los

emprendimientos fueron creados el 2018, siendo las mujeres quienes llevan la ventaja (8 emprendimientos femeninos vs 5 emprendimientos masculinos).

Tabla 43. Año de constitución del emprendimiento y el sexo del emprendedor

Año de constitución del emprendimiento	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
Antes del 2009	2	2	4
Entre 2009 y 2011	2	1	3
Entre 2012 y 2014	2	6	8
Entre 2015 y 2017	20	22	42
En el 2018	8	5	13
Total	34	36	70

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

El tiempo de vida del emprendimiento se relaciona con la tabulación del año de constitución pues se refieren al tiempo de vida de un negocio. Sin embargo, se planteó esta pregunta para poder descartar los emprendimientos que no siguen en funcionamiento y estudiar únicamente los que siguen activos en el mercado. De los 70 emprendimientos considerados ninguno había cesado sus actividades por lo que se pudo trabajar con el total sin descartar ninguno.

Se muestra que 17 de los emprendimientos tienen menos de 1 año en el mercado, mientras que 20 emprendimientos tienen entre 1 y 2 años de vida. Superar el primer año de vida es un gran desafío para las empresas, pues en el primer año surgen problemas financieros, de jerarquía, gerenciales, económicos, entre otros. Sin embargo, para Jánáková (2015) es importante que en ese año se establezca con claridad los objetivos del negocio para evitar caer en bancarrota y que la empresa fracase.

Se consideró que los emprendimientos superiores a dos años podían ser determinados como emprendimientos sostenibles y en el caso de este trabajo, 24 emprendimientos tienen entre 3 y 5 años de vida, por lo que todos ellos figuran como emprendimientos sostenibles para el contexto que se pretende analizar. Finalmente, 9 de los emprendimientos tienen ya más de 5 años en el mercado, de dichos emprendimientos 3 son femeninos y 6 son emprendimientos masculinos.

Tabla 44. Tiempo de vida del emprendimiento y el sexo del emprendedor

Tiempo de vida del emprendimiento	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
Menos de 1 año	8	9	17

1 - 2 años	10	10	20
3 - 5 años	13	11	24
Más de 5 años	3	6	9
Total	34	36	70

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

Para la sostenibilidad era necesario considerar los factores de éxito que los emprendedores perciben que son los más influyentes en el tiempo de vida de un negocio. Se preguntó cuáles eran los tres factores de éxito más relevantes según la percepción del emprendedor, por lo que se esperaba tener 210 respuestas por los 70 emprendimientos. En este caso se plantearon las respuestas de forma nominal, por lo que no era necesario un orden de importancia de los factores considerados. Sin embargo, se sabe que la característica con más frecuencia será el factor más relevante para la población estudiada.

El factor de éxito con más frecuencia fue ‘tener un buen producto o servicio’ que representa 22,38% del total, por lo que se puede decir que los emprendedores de la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil consideran que la calidad y la variedad de uso de un producto pueden ser muy influyentes en la decisión de compra del consumidor. Este porcentaje de respuesta también puede estar relacionado con los sectores económicos que obtuvieron el mayor porcentaje de participación, el sector comercio (producto) y el sector de servicios (servicio).

En segundo lugar, se encuentra el factor ‘dedicación al negocio’ que representa 15,71% de las respuestas, pero que, en términos de la cantidad de emprendimientos, representa que 33 de 70 unidades de negocio creen que la dedicación al negocio ha permitido su éxito y sostenibilidad. El aspecto de dedicación se aplica a los dos tipos de emprendimientos, ya sean por necesidad o por oportunidad, ya que el emprendedor por oportunidad se dedica al negocio con el fin de analizar nuevos mercados, planes de expansión, mejora de procesos, entre otros. De la misma manera, el emprendedor por necesidad se dedica al negocio porque es su fuente principal de ingresos.

El tercer factor de éxito considerado por la comunidad de graduados fue ‘capital humano calificado’, que representa 10,95% del total. Esto quiere decir que, para las personas encuestadas, es importante que el equipo de

trabajo esté capacitado en el uso de herramientas que permitan una mayor calidad del trabajo. A partir de los 3 aspectos elegidos por mayor frecuencia de respuesta se puede mencionar que, las personas encuestadas guardan cierta relación con la teoría del emprendedor de Andy Freire, donde el emprendimiento se sostiene en 3 bases: (a) el proyecto, (b) el capital, y más que nada (c) el emprendedor; y la teoría del emprendedor de Joseph Schumpeter, que habla de la dedicación del emprendedor.

Se encuentra esa relación o similitud pues 'tener un buen producto/servicio' está relacionado con la variable proyecto, mientras que 'la dedicación al negocio' y 'el capital humano calificado' están relacionados con el emprendedor. Aunque no se menciona el capital, se da gran relevancia a la gestión del creador del negocio. En cuanto a Schumpeter, se encuentra una similitud porque su teoría afirma que los ingresos del promotor dependerán del interés que el emprendedor demuestre que tiene por su negocio y de la dedicación al mismo.

La motivación del emprendedor representa un 10,48%, siendo importante que el gestor del negocio esté involucrado con el desarrollo del mismo. El quinto factor más relevante es la innovación y tecnología, que representó un 10% del total, por lo que se entiende que los emprendedores aún no reconocen que la innovación puede ser una ventaja competitiva y una propuesta rentable para las empresas. El conocimiento exhaustivo del mercado y la financiación adecuada representaron a 16 de 70 emprendimientos, donde el porcentaje de frecuencia fue 7,62%.

Por otra parte, se sabe que la experiencia previa y aprendizaje continuo representaron 7,14% de los emprendimientos, lo que muestra que no se da tanta relevancia a la formación académica o a la formación integral del individuo. En el penúltimo lugar, se encuentra el factor de éxito de la ubicación de la empresa, que para los emprendedores es uno de los menos relevantes pues puntuó 4,76%, pudiendo estar relacionado con el hecho de que los emprendimientos estudiados se concentran en el sector de servicios y comercio.

Finalmente, el factor de éxito con menos frecuencia fue la estrategia para contingencias, que representó 3,33% de los emprendimientos

generados. Es decir, solo 7 de las 70 empresas consideraron que este factor podía conducirlos al éxito y la sostenibilidad.

Tabla 45. Factores de éxito de los emprendimientos y el sexo del emprendedor

Factores de éxito de los emprendimientos	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
Buena ubicación de la empresa	5	5	10
Capital humano calificado	14	9	23
Conocimiento exhaustivo del mercado	6	10	16
Dedicación al negocio	18	15	33
Estrategias para contingencias	2	5	7
Experiencia previa y aprendizaje continuo	6	9	15
Financiación adecuada	7	9	16
Innovación y tecnología	6	15	21
Motivación del emprendedor	13	9	22
Tener un buen producto/servicio	25	22	47
Total	102	108	210

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

En la figura 10, se detalla con más claridad el nivel de frecuencia de las respuestas por sexo. La franja azul representa las respuestas de los hombres y la franja naranja representa las respuestas de las mujeres. En ciertos factores las mujeres tuvieron mayor inclinación que los hombres, como en el caso de ‘estrategias para contingencias’ o ‘innovación y tecnología de los procesos’. En otras, los hombres tuvieron mayor inclinación, como por ejemplo en la ‘motivación del emprendedor’ o el ‘capital humano calificado’. Esta figura planea mostrar, de una forma más clara, cuáles son las opciones de respuesta más frecuentes según el sexo del emprendedor.

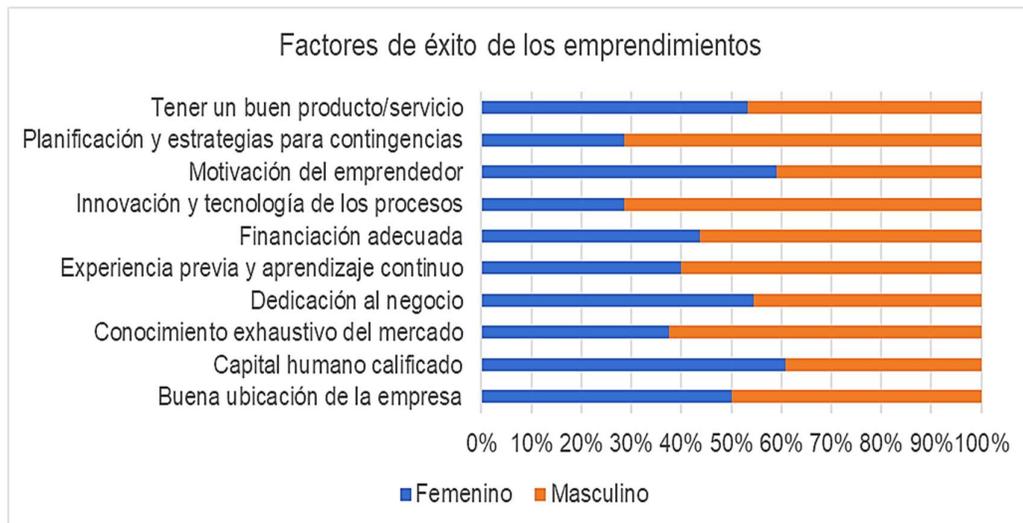


Figura 10. Factores de éxito de los emprendimientos según el sexo del emprendedor

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

Para los factores de sostenibilidad se consideraron cinco aspectos que influyen directamente en el tiempo de vida de un negocio, según el contexto universitario. 26 emprendedores consideraron que la innovación continua conlleva a los negocios a ser sostenibles en el tiempo, siendo así que este porcentaje de respuesta justifica la intención de este trabajo ya que la principal característica de los start-ups es maximizar la innovación de las empresas. De los 26 emprendimientos que dieron relevancia a la innovación, son 13 mujeres y 13 hombres. El 27,14% de los emprendedores considera que la disciplina financiera es un factor de sostenibilidad relevante, representando a 19 de 70 emprendimientos en total. La disciplina financiera está orientada al uso adecuado de los recursos monetarios de la empresa.

En tercer lugar, con un porcentaje de frecuencia de 22,86%, se encuentra el liderazgo del emprendedor, que está relacionado con la teoría de Schumpeter y la actitud del emprendedor. Este aspecto de liderazgo resulta interesante de analizar, porque también está relacionado con la teoría de Andy Freire, que expresa que de las 3 dimensiones que él considera para el emprendimiento -proyecto, capital y emprendedor-, el emprendedor es el más importante de todos por su respuesta frente a las dificultades.

Los factores con menos frecuencia de respuesta, según la percepción de los emprendedores sobre la sostenibilidad, son tener una buena

estructura del equipo de trabajo y pocos trámites para la constitución de la empresa, que representaron 11,43% y 1,43% respectivamente. El factor menos relevante fue la tramitología para la constitución de la empresa, que puede estar relacionado con el hecho de que la mayor parte de los emprendimientos facturan a título personal y no como personas jurídicas.

Tabla 46. Factores de sostenibilidad y el sexo del emprendedor

Factores de sostenibilidad	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
Buena estructura del equipo de trabajo	6	2	8
Disciplina financiera	9	10	19
Innovación continua	13	13	26
Liderazgo del emprendedor	6	10	16
Pocos trámites para constitución	-	1	1
Total	34	36	70

Nota. Elaborado a partir de las respuestas obtenidas de Google Forms.

1.31 Estrategias para la sostenibilidad de los start-up

Existen muchos métodos para asegurar la sostenibilidad de un negocio, desde programas de asesoría para emprendedores nacientes hasta talleres de liderazgo y administración de empresas. Bermejo (2005) explica que en la última década la sostenibilidad ha logrado establecerse con gran fuerza en las empresas, ya que los consumidores han hecho conciencia sobre las limitaciones del mercado y las empresas han comprendido que deben mejorar su desempeño y oferta personal para mantenerse estables en el mercado.

Alba et al. (2012) mencionan la importancia de que las universidades se involucren en la sostenibilidad de las empresas generadas por sus alumnos y graduados. Estos autores explican que, la sostenibilidad no se da únicamente desde el punto de vista de conciencia ambiental o desarrollo sostenible, sino también desde la gestión universitaria, las estrategias para tomar decisiones gerenciales adecuadas, la formación integral de la comunidad universitaria y la responsabilidad social de las empresas nacientes.

Tilbury (2012), citado por Alba et al. (2012), expresa que el compromiso de las universidades se hace concreto a través de los proyectos al interior del campus, como actividades de formación y concienciación del individuo para el manejo de los recursos materiales de la empresa. Este

aspecto resulta importante de estudiar puesto que la sostenibilidad desde el punto de vista de la durabilidad en el tiempo, va más allá de ecología y economía, implica la actitud y motivación del emprendedor, el valor agregado del proyecto, la cooperación del entorno, entre otros.

Para los emprendimientos universitarios se toma en consideración la innovación, porque es una forma de generar una ventaja sobre la competencia. Sin embargo, la innovación demanda muchos cambios en los procesos y estrategias de la empresa (Nidumolu et al., 2009). Dichos cambios tienen el propósito final de reducir costos, puesto que mejores insumos pueden resultar en menos desperdicio y mejor uso de los bienes disponibles, siendo así que la sostenibilidad puede ser considerada como oportunidad de negocio (Bocken, 2015).

Los start-ups son una pieza clave en la sostenibilidad porque al ser negocios nacientes deben fomentar estrategias de permanencia e innovación desde el inicio de sus operaciones (Bocken, 2015). El modelo de negocios, la técnica de supervivencia, entre otros aspectos son revisados en las primeras fases del emprendimiento, por lo que los start-ups pueden definir si un negocio logra establecerse en un mercado determinado o si no se alcanza a cumplir con las expectativas de sostenibilidad (Herstatt & Verworn, 2001; Bocken, 2015).

Tabla 47. Definición de emprendimientos e inversiones sostenibles

Emprendimientos sostenibles	Actividades que contribuyen a la sostenibilidad de las empresas a través de objetivos concretos (Kuckertz y Wagner, 2010).
	Entre las razones para emprender se encuentran el deseo de ser su propio jefe, descubrir un espacio en el mercado, la pasión de ofrecer un producto/servicio innovador, entre otros (Kirkwood & Walton, 2010).
Inversiones sostenibles	Se trata de inversiones en productos, servicios, procesos o esquemas que maximicen los beneficios del gestor (Global Impact Investing Network, 2013).
	Entre las razones para invertir se encuentran la intención de proteger los recursos usados en un emprendimiento, obteniendo la mayor ganancia posible y reduciendo el impacto en los actores de la cadena de valor y terceros (Global Impact Investing Network, 2013).

Nota. Elaborado a partir de Global Impact Investing Network (GIIN). (Octubre de 2013). The GIIN. Obtenido de <http://www.thegiin.org/cgi-bin/iowa/home/index.html>; Kirkwood, J., & Walton, S. (2010). What motivates ecopreneurs to start businesses? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, XVI(3), 204-228; Kuckertz, A., & Wagner, M. (2010). The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions - Investigating the role of business experience. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 524-539.

La tabla 47 muestra, que los emprendimientos sostenibles constituyen un conjunto de actividades llevadas a cabo por los emprendedores para lograr dos objetivos importantes: (a) duración y (b) estabilidad. Se debe recordar que los emprendimientos sostenibles son el producto de start-ups que supieron tomar decisiones correctas al inicio de sus operaciones. Las inversiones sostenibles, por otra parte, constituyen todo el capital utilizado para generar beneficios para el negocio, para el emprendedor y para el consumidor.

A continuación, se presentan tres estrategias concretas de sostenibilidad para start-ups, tomando en consideración el contexto del entorno del emprendimiento y el producto o servicio que se ofrece.

1.31.1 Impulso de organizaciones para asesoría de los emprendimientos sobre el uso de recursos

Ciertos estudios muestran la importancia del rol de las empresas en el desarrollo de la economía, ya que éstas pueden generar riqueza para todas las partes involucradas o generar problemas financieros y sociales que conlleven al mercado a escasez de recursos (Schaltegger & Wagner, 2010). Estos autores señalan la importancia de las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, ya que sostienen que son este tipo de organizaciones las que controlan las actividades de las empresas, dentro de un marco equitativo para todas, evitando así un impacto negativo en los consumidores.

Al hablar de los efectos positivos de las empresas en el mercado, se puede decir que los start-ups tienen influencia en la mejora de la innovación y la eficiencia del desempeño de los actores del mercado (Muñoz-Bullón & Cueto, 2010). Además, se espera que los emprendimientos ayuden al país a mejorar los ingresos, reducir el desempleo, impulsar la mejora continua y promover la competitividad, sobre todo, porque la mayoría de emprendedores fueron antes asalariados (Carrasco, 1999) y conocen con claridad las necesidades del mercado, del consumidor y del trabajador.

Las organizaciones no gubernamentales pueden beneficiar al país, ya que asesoran a las empresas para que puedan mejorar su desempeño y competitividad (Corsi & Prencipe, 2016), también permiten que el emprendedor desarrolle la innovación en sus actividades, partiendo del hecho de que la innovación consiste en el perfeccionamiento de procesos, técnicas y estrategias para lograr éxito y permanencia (Schaltegger & Wagner, 2010). Esta asesoría debe tener como propósito ayudar a las empresas a optimizar sus procesos, no acosar a los emprendedores en sus actividades cotidianas.

McMullan y Long (1987) sostienen en sus estudios que la educación tiene gran efecto en el éxito y la sostenibilidad de las empresas, por eso se da gran relevancia a las unidades de negocio creadas por profesionales. Sin embargo, se sabe que la educación empresarial es difícil de implementar en las instituciones de educación superior. Para Valerio, Parton y Robb (2014) la educación empresarial permite que el gobierno genere ingresos adicionales por empresas rentables y lucrativas.

1.31.2 Potenciación de la innovación como ventaja competitiva

Para Corsi y Prencipe (2016) la innovación se desarrolla, en magnitud y relevancia, según el tamaño de la ciudad. Por esta razón se espera más innovación y mejor desempeño tecnológico de las grandes ciudades, ya que tienen más recursos para poder generar bienes y servicios con valor agregado. La innovación tiene un contexto diferente también entre países, los países desarrollados se centran en sectores económicos que promuevan el uso adecuado de la información y de la tecnología, mientras que los países en vía de desarrollo se centran en sectores más convencionales como agricultura o construcción (Schaltegger & Wagner, 2010).

Para la innovación surge la teoría del conocimiento emprendedor, '*knowledge spillover theory of Entrepreneurship (KSTE)*', que consiste en la importancia del análisis del entorno y las oportunidades del mismo para tomar la decisión de ser un emprendedor (Acs, Audretsch, & Lehmann, 2013). Para algunos autores son muchos los factores que pueden incidir en la sostenibilidad: (a) las condiciones internas y externas de un emprendimiento, (b) la asesoría y participación del gobierno, (c) las

decisiones del emprendedor, e incluso (d) las características del equipo de trabajo. Sin embargo, la innovación se ha vuelto más relevante en los últimos años, sobre todo en países desarrollados (Cowling, 2006; Muñoz-Bullon & Cueto, 2010).

Acs et al. (2013) sugieren la innovación como incubadora del conocimiento '*Knowledge Incubator*', ya que permite que las instituciones públicas y privadas, organizaciones gubernamentales, universidades, empresas, fundaciones sin fines de lucro, entre otras, mantengan un nivel competitivo y sepan generar ventajas en el mundo empresarial. Se involucra a las universidades, puesto que se puede decir que su objetivo es potenciar el conocimiento entre los miembros de su comunidad, además de la evidencia de los últimos 20 años que muestra que la colaboración industria-universidad puede influir en la sostenibilidad de las empresas (Lee, 2000).

Finalmente, Audretsch & Lehmann (2005) sostienen que impulsar la innovación comienza al exterior de la empresa, con la participación activa del entorno, para luego dar paso a la innovación al interior, a través de la motivación al equipo de trabajo a desarrollar sus ideas y sugerir cambios que mejoren el desempeño del emprendimiento para permanecer en el mercado.

1.31.3 Desarrollo de productos y servicios que creen conciencia en los consumidores

Para la sostenibilidad es importante lograr la lealtad de los consumidores hacia los productos y servicios que se ofrecen, ya que permite comprometer al consumidor con la misión y los objetivos de la empresa (Schick, Marxen, & Freimann, 2002). Para estos autores, es más fácil convencer a nuevos emprendedores a involucrarse en temas de interés colectivo que beneficien a grandes grupos de interés, que intentar convencer a los emprendedores existentes de buscar nuevas maneras de asegurar calidad y durabilidad. Por esto se espera que los nuevos emprendimientos estén "en camino hacia la sostenibilidad" (Schick et al., 2002, p. 60).

Es importante saber que la sostenibilidad no está orientada únicamente a las empresas que producen bienes eco-amigables o que ofrecen servicios basados en la preservación de ecosistemas y reciclaje, la sostenibilidad consiste también en cómo las empresas logran comprometer a

sus consumidores a ser fieles al uso de sus productos y a través de la innovación, optimizan los procesos y reducen los costos. La sostenibilidad en los start-ups, eco-amigables y convencionales, tiene como propósito cambiar los lineamientos y exigencias del mercado para asegurar calidad y permanencia (Shick et al., 2002).

Para algunos autores (Shane & Stuart, 2002) el manejo de recursos tiene gran influencia en la permanencia de un start-up en el mercado, porque según la durabilidad de los insumos se podrá determinar el tiempo de vida de un producto. La sociedad es cada vez más exigente con respecto a la calidad, durabilidad, riesgos e incertidumbres, por lo que la sostenibilidad consiste en encontrar la estrategia más efectiva que haga frente a estos problemas y proponga una solución más viable para todas las partes (Stuart et al., 2009).

Es necesario considerar en este aspecto que la sostenibilidad no puede estar apartada de la rentabilidad, es decir, asegurarse de la durabilidad de un producto o servicio o asegurar la lealtad del consumidor no puede comprometer los ingresos futuros del emprendimiento, por lo que se debe tener una sinergia entre los objetivos empresariales, financieros y los objetivos para fomentar la lealtad y el reconocimiento de la marca como socialmente responsable (Nidumolu et al., 2009).

Resultados

Utilizando SPSS, se presentan las tablas de frecuencia y los análisis de chi cuadrado aplicados a la data.

1.32 Tablas de frecuencia en SPSS

Las tablas de frecuencia de SPSS permiten ver la participación de una opción de respuesta sobre el total, identificando los casos válidos, los casos perdidos (respuestas que no aplican al perfil esperado en la tesis) y el porcentaje acumulado para conocer cómo está compuesto el 100% de las respuestas. SPSS proporciona resultados más reales ya que el programa, de forma automática, realiza los cálculos.

La tabla 48 resume la cantidad de mujeres y hombres que participaron en la encuesta, siendo 65 hombres (41,40%) y 92 mujeres (58,60%). Sin embargo, el total de mujeres consideradas para el estudio representaron el 69,17% del total, mientras que los hombres eran el 30,83% restante. Esto quiere decir que, en realidad 12,47% de las mujeres y 19,76% de los hombres participaron, siendo así que hubo una mejor respuesta por parte de los hombres.

Tabla 48. Frecuencia del sexo y la cantidad de emprendimientos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	65	41,4	41,4	41,4
	Femenino	92	58,6	58,6	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

En la tabla 49 se muestra quiénes emprendieron y quiénes no. La frecuencia de personas que sí emprendieron es de 70 personas (44,6%), mientras que 87 personas no emprendieron (55,4%). Estas 87 personas pasarán a ser 'casos perdidos' de aquí en adelante, ya que esta fue la última pregunta que respondieron de la encuesta.

Tabla 49. Frecuencia de emprendedores y no emprendedores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	70	44,6	44,6	44,6
	No	87	55,4	55,4	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

La frecuencia de respuesta de menor o igual a 19 años fueron 4 personas, es decir 5,7%. Para las personas entre 20 y 24 años y las personas entre 25 y 29 años se obtuvo una frecuencia similar de 32 personas, lo que se representa en 45,7% para cada rango. Finalmente, las personas entre 30 y 34 años fueron 2 (2,9%).

Tabla 50. Frecuencia de la edad de emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menor o igual a 19 años	4	2,5	5,7	5,7
	Entre 20 y 24 años	32	20,4	45,7	51,4
	Entre 25 y 29 años	32	20,4	45,7	97,1
	Entre 30 y 34 años	2	1,3	2,9	100,0
	Total	70	44,6	100,0	
Perdidos	Sistema	87	55,4		
Total		157	100,0		

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

Con respecto al nivel de formación se puede decir que, de las personas consideradas para el estudio, 26 personas tenían únicamente un título de Bachiller (37,1%) y 44 poseían un título de tercer nivel (62,9%). No hubo frecuencia para títulos de cuarto nivel, ya sean maestrías o PhD y para este estudio no se consideraron personas que no se encontraran estudiando.

Tabla 51. Frecuencia del nivel de formación del emprendedor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Título de bachiller (estudiando la universidad)	26	16,6	37,1	37,1
	Tercer nivel, de grado (título universitario)	44	28,0	62,9	100,0
	Total	70	44,6	100,0	
Perdidos	Sistema	87	55,4		
Total		157	100,0		

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

En cuanto a la Facultad, 17 personas correspondían a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (24,3%) y 53 a la Facultad de Especialidades Empresariales (75,7%). La frecuencia es más alta para la Facultad de Especialidades Empresariales, ya que se consideraron 3 carreras como población inicial, mientras que para la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas se consideraron sólo 2.

Tabla 52. Frecuencia de los encuestados según la Facultad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	17	10,8	24,3	24,3
	Facultad de Especialidades Empresariales	53	33,8	75,7	100,0
	Total	70	44,6	100,0	
Perdidos	Sistema	87	55,4		
Total		157	100,0		

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

Para el año de graduación se consideraron 3 años, 2014, 2015 y 2016. De los graduados en el 2014 se recibieron 17 respuestas (24,3%), los graduados en el 2015 representaron un 31,4% que son 22 personas y en cuanto al 2016 se consideraron a 31 personas, que son 44,3% del total.

Tabla 53. Frecuencia del año de graduación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2014	17	10,8	24,3	24,3
	2015	22	14,0	31,4	55,7
	2016	31	19,7	44,3	100,0
	Total	70	44,6	100,0	
Perdidos	Sistema	87	55,4		
Total		157	100,0		

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

En cuanto a la frecuencia de las causas de los emprendimientos se tomaron en consideración 4 causas, dos que caracterizan a los emprendimientos por oportunidad y dos a los emprendimientos por necesidad. Los emprendimientos por oportunidad fueron 54 en total (77,1%) y los emprendimientos por necesidad fueron 16 (22,9%).

Tabla 54. Frecuencia de las causas para emprender

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Por convicción y para generar ingresos adicionales	49	31,2	70,0	70,0
	Para crear un beneficio para la comunidad	5	3,2	7,1	77,1
	Por encontrarse desempleado o inconforme con el empleo actual	12	7,6	17,1	94,3
	Para enfrentar la crisis económica	4	2,5	5,7	100,0
	Total	70	44,6	100,0	
Perdidos	Sistema	87	55,4		
Total		157	100,0		

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

Con respecto a la formalidad del emprendimiento, se muestra que 36 personas (51,4%) facturan a título personal, 3 personas (4,3%) están afiliados voluntariamente al RISE, 12 personas (7,6%) facturan como persona jurídica y 19 personas (27,1%) no facturan.

Tabla 55. Frecuencia del método de tributación de los emprendimientos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí, a título personal	36	22,9	51,4	51,4
	Sí, como artesano (RISE)	3	1,9	4,3	55,7
	Sí, como persona jurídica	12	7,6	17,1	72,9
	No	19	12,1	27,1	100,0
	Total	70	44,6	100,0	
Perdidos	Sistema	87	55,4		
Total		157	100,0		

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

En lo que concierne al año de constitución se puede decir que antes del 2009 sólo se crearon 4 emprendimientos (5,7%), entre el 2009 y el 2011 se crearon 3 (4,3%), entre el 2012 y el 2014 solo se crearon 8 (11,4%), entre el 2015 y el 2017 se constituyeron 42 emprendimientos (60%) y finalmente en lo que va del 2018 se han creado 13 emprendimientos (18,6%).

Tabla 56. Frecuencia de años de constitución del emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Antes del 2009	4	2,5	5,7	5,7
	Entre 2009 y 2011	3	1,9	4,3	10,0
	Entre 2012 y 2014	8	5,1	11,4	21,4
	Entre 2015 y 2017	42	26,8	60,0	81,4
	En el 2018	13	8,3	18,6	100,0
	Total	70	44,6	100,0	
Perdidos	Sistema	87	55,4		
Total		157	100,0		

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

Para la elaboración de un plan de negocios se consideró que 13 personas (18,6%) realizaron un plan de negocios estructurado, 33 personas (47,1%) realizaron una lista de actividades simulando un plan de negocios y 24 personas (34,3%) emprendieron sin elaborar un plan de acción ni una lista detallada aun siendo estudiantes universitarios.

Tabla 57. Frecuencia de intención de realizar un plan de negocios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Realicé un plan de negocios estructurado y detallado	13	8,3	18,6	18,6
	Realicé una lista de actividades simulando un plan de negocios	33	21,0	47,1	65,7
	No realicé un plan de negocios estructurado	24	15,3	34,3	100,0
	Total	70	44,6	100,0	
Perdidos	Sistema	87	55,4		
Total		157	100,0		

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

Para el tiempo que le tomó al emprendedor constituir el emprendimiento se consideraron 4 opciones, donde 37 personas (52,9%) necesitaron 6 meses para crearlo, 27 personas (38,6%) necesitaron entre 6 meses y 1 año, para los emprendimientos entre 1 y 2 años y los emprendimientos mayores a 2 años de preparación hubo una frecuencia de 3 personas (4,3%).

Tabla 58. Frecuencia del tiempo de constitución del emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 6 meses	37	23,6	52,9	52,9
	6 meses - 1 año	27	17,2	38,6	91,4
	1 - 2 años	3	1,9	4,3	95,7
	Más de 2 años	3	1,9	4,3	100,0
	Total	70	44,6	100,0	
Perdidos	Sistema	87	55,4		
Total		157	100,0		

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

En cuanto al sector económico y al considerarse todos los sectores propuestos por el INEC, el sector servicios puntuó 45,7% con un total de 32 emprendimientos, en el sector comercio se consideraron 34 emprendimientos (48,6%), en el sector de industrias manufactureras 3 emprendimientos (4,3%) y un solo emprendimiento para el sector de construcción (1,4%). No se registraron emprendimientos en los demás sectores.

Tabla 59. Frecuencia del sector económico del emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Servicios	32	20,4	45,7	45,7
	Comercio	34	21,7	48,6	94,3
	Industrias manufactureras	3	1,9	4,3	98,6
	Construcción	1	,6	1,4	100,0
	Total	70	44,6	100,0	
Perdidos	Sistema	87	55,4		
Total		157	100,0		

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

Para el tiempo que lleva el emprendimiento en funcionamiento se consideraron 4 opciones, el total de los emprendimientos que tienen menos de 1 año de vida es 17 (24,3%), en cuanto a los emprendimientos que tienen entre 1 y 2 años de vida se encontraron 20 (28,6%), para los emprendimientos entre 3 y 5 años se obtuvo un total de 24 negocios (34,3%) y finalmente solo 9 emprendimientos tienen más de 5 años de vida (12,9%).

Tabla 60. Frecuencia del tiempo de vida del emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 1 año	17	10,8	24,3	24,3
	1 - 2 años	20	12,7	28,6	52,9
	3 - 5 años	24	15,3	34,3	87,1
	Más de 5 años	9	5,7	12,9	100,0
	Total	70	44,6	100,0	
Perdidos	Sistema	87	55,4		
Total		157	100,0		

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

En último lugar se consideró el factor más relevante para la sostenibilidad, donde 26 emprendedores (47,1%) consideraron a la innovación continua, 19 (27,1%) consideraron disciplina financiera como el factor más relevante, 16 emprendedores (22,9%) afirmaron que el liderazgo del emprendedor era el factor con más importancia, 8 emprendedores (11,4%) consideraron la buena estructura del equipo de trabajo como factor determinante de sostenibilidad, mientras que sólo 1 emprendedor (1,4%) consideró que el factor más relevante eran pocos trámites para la constitución del emprendimiento.

Tabla 61. Frecuencia de los factores de sostenibilidad del emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Innovación continua	26	16,6	37,1	37,1
	Disciplina financiera	19	12,1	27,1	64,3
	Liderazgo del emprendedor	16	10,2	22,9	87,1
	Buena estructura del equipo de trabajo	8	5,1	11,4	98,6
	Pocos trámites para constitución de una empresa	1	,6	1,4	100,0
	Total	70	44,6	100,0	
Perdidos	Sistema	87	55,4		
Total		157	100,0		

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

1.33 Análisis de las hipótesis

Para este estudio se consideraron dos hipótesis, la hipótesis nula que es *'Los emprendimientos de tipo start-up, considerando el sexo y la edad del emprendedor, no son sostenibles en el tiempo en la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil'* y la hipótesis alternativa que es *'Los emprendimientos de tipo start-up,*

considerando el sexo y la edad del emprendedor, son sostenibles en el tiempo en la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Las hipótesis están relacionadas con la sostenibilidad del emprendimiento desde el contexto de cantidad de años que llevan en funcionamiento.

Según las respuestas obtenidas se puede decir que 81,48% de los emprendimientos se generaron antes del 2018 y 18,52% este año. La cantidad de años de vida afirma que 52,86% de los emprendimientos tienen menos de 2 años de vida, mientras que 47,14% de los emprendimientos tiene más de 2 años de vida. Lo interesante de estos negocios es que todos siguen con vida, es decir que ninguno de ellos experimentó bancarrota o problemas financieros que los llevaran a finalizar sus operaciones, por lo que se puede decir que sí existe un nivel de sostenibilidad en los emprendimientos de tipo start-up llevados a cabo por la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, indiferente de los aspectos demográficos como la edad o el sexo.

Se evidenció en el marco conceptual que dos años bastan para medir la efectividad de las decisiones tomadas y las proyecciones de crecimiento esperadas producto de cambios en la estructura del emprendimiento (Amit et al., 1995; Pajares et al., 2016). También se mostró que los start-ups tenían problemas para sobrellevar el primer año de vida (Ghosh, 1998), por lo que superar el primer año de funcionamiento demostraba que el negocio se encontraba encaminado a permanecer en el mercado (Evers, 2003).

Además del tiempo de vida, el año de constitución y la permanencia en el mercado, se sabe que los emprendimientos de tipo start-up fueron generados, en su mayoría, por oportunidad, lo que indiferente de los planes de acción estructurados o estrategias delimitadas para sobrellevar las contingencias, indica que los emprendedores tienen proyecciones al futuro y visión de crecimiento. Si los emprendimientos que se generaron por necesidad han logrado una transición hacia emprendimientos por oportunidad, se puede esperar que también haya mayor permanencia en el mercado.

1.34 Tabulación cruzada

Se realizaron análisis comprobatorios de correlaciones cruzadas para el análisis de la asociación entre dos variables, para esto, y según la metodología, se realizarán las relaciones entre el sexo del emprendedor y si se generó un emprendimiento, el sexo del emprendedor y el tiempo de vida del emprendimiento, la edad del emprendedor y el tipo de emprendimiento y el tiempo de vida con el tipo de emprendimiento. Se usó un nivel de significancia del 5% para todas las pruebas.

Se trabajó con las siguientes premisas: (a) se aceptará que hasta 20% de las casillas tengan un recuento menor que 5, siendo así que todo lo excedente a 20% figurará como respuesta no concluyente; (b) si $\alpha \leq 0,05$ entonces se rechaza la H_0 de independencia y se concluye que las variables consideradas están asociadas, es decir, son dependientes; (c) si $\alpha > 0,05$ entonces se acepta la H_0 de independencia, es decir que al no haber suficiente evidencia estadística no se puede afirmar que existe asociación entre las variables, por lo tanto éstas son independientes, es decir, no están asociadas.

Para comenzar, se estableció trabajar con la población, donde 157 personas respondieron la encuesta en línea y no existen casos perdidos para la primera pregunta, siendo así que las 157 respuestas componen el total válido para análisis. Se revisa inicialmente que 55,4% hombres y 37,0% mujeres emprendieron, mientras que 44,6% hombres y 63,0% mujeres no lo hicieron.

Tabla 62. Tabla cruzada entre el sexo y la cantidad de emprendimientos

			¿Tiene usted un emprendimiento?		Total
			Sí	No	
¿Cuál es su sexo?	Masculino	Recuento	36	29	65
		% dentro de ¿Cuál es su sexo?	55,4%	44,6%	100,0%
	Femenino	Recuento	34	58	92
		% dentro de ¿Cuál es su sexo?	37,0%	63,0%	100,0%
Total		Recuento	70	87	157
		% dentro de ¿Cuál es su sexo?	44,6%	55,4%	100,0%

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS

En la tabla 62 se observa que se obtuvo una significancia asintótica (bilateral) de 0,022 y menor a 0,05, lo que sostiene que se rechaza la hipótesis nula y que existe una relación entre el sexo y generar un emprendimiento. Al existir 0 casillas esperadas para un recuento menor que 5, se entiende que la tabla no tiene un sesgo muestral y que se puede confiar en la validez de los datos obtenidos.

Como primer resultado se puede establecer, para esta muestra, que existe una relación entre el sexo y el emprendimiento, ya que como se explicaba en el marco teórico (Lasio et al., 2017) el sexo puede influir en el deseo de emprender o en la presión social por encontrar un trabajo y ser asalariado en lugar de arriesgarse a invertir en un negocio propio.

Tabla 63. Pruebas de chi-cuadrado entre el sexo y el emprendimiento

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	5,235 ^a	1	,022		
Corrección de continuidad ^b	4,516	1	,034		
Razón de verosimilitud	5,245	1	,022		
Prueba exacta de Fisher				,024	,017
Asociación lineal por lineal	5,202	1	,023		
N de casos válidos	157				

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS. a. 0 casillas (,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 28,98.

En el caso de la segunda prueba, se tomó en consideración el sexo y el tiempo de vida del emprendimiento, siendo esta una evidencia de la habilidad para lograr la permanencia de un negocio en el mercado. En sexo se consideró, masculino y femenino, y en el caso de la permanencia en el mercado se establecieron dos rangos, el primero es menos de 1 año hasta 2 años y el segundo rango es de 3 años en adelante.

Tabla 64. Tabla cruzada entre el sexo del emprendedor y el tiempo de vida del emprendimiento

		¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en funcionamiento?		Total
		Menos de 1 año hasta 2 años	3 a más de 5 años	
¿Cuál es su sexo?	Masculino	19	17	36
	Femenino	18	16	34
Total		37	33	70

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS.

Para la prueba de chi-cuadrado se obtuvo una significancia asintótica (bilateral) de 0,989 que es mayor al α de 0,05, por lo que se acepta la hipótesis nula de independencia que afirma que no existe evidencia estadística de una relación entre el sexo y el tiempo de permanencia de un emprendimiento en el mercado. Al existir 0 casillas esperadas para un recuento menor que 5, se puede asegurar la validez de los datos procesados en la muestra.

Tabla 65. Prueba de chi cuadrado entre el sexo y el tiempo de emprendimiento

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	,000 ^a	1	,989	1,000	,589
Corrección de continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitud	,000	1	,989		
Prueba exacta de Fisher					
Asociación lineal por lineal	,000	1	,989		
N de casos válidos	70				

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS. a. 0 casillas (,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 16,03. b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2.

Se consideró también relacionar la edad en la que inició el emprendimiento con el tipo de emprendimiento, los rangos de edad establecidos son menores o iguales a 19 años hasta 24 años y entre 25 y 34 años, para los tipos de emprendimientos las opciones de respuesta se encuentran agrupadas entre los dos tipos más comunes: (a) emprendimientos por oportunidad, y (b) emprendimientos por necesidad. En total se registraron 70 casos válidos.

Tabla 66. Tabla cruzada entre la edad a la que emprendió y el tipo de emprendimiento

		¿Cuál fue el principal motivo que lo/a llevó a emprender?		Total
		Por convicción y para generar ingresos adicionales // Para crear un beneficio para la comunidad	Por encontrarse desempleado o inconforme con el empleo actual // Para enfrentar la crisis económica	
¿A qué edad inicio su emprendimiento?	Menor o igual a 19 años-entre 20 y 24 años	32	4	36
	Entre 25 y 34 años	22	12	34
Total		54	16	70

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS.

En la prueba de chi-cuadrado se puede observar que, utilizando un coeficiente de confianza del 95% con un nivel de significancia de 5%, se obtiene una significancia asintótica (bilateral) de 0,016 que es menor a 0,05 y que por ende significa que se rechaza la hipótesis nula, por lo que existiría una relación entre la edad y el tipo de emprendimiento. También se puede establecer que 0 casillas esperadas han esperado un recuento menor que 5, por lo que no habría sesgo muestral y se podría argumentar que los datos analizados tienen validez.

Tabla 67. Prueba de chi cuadrado entre la edad y el tipo de emprendimiento

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	5,799 ^a	1	,016		
Corrección de continuidad ^b	4,509	1	,034		
Razón de verosimilitud	5,991	1	,014		
Prueba exacta de Fisher				,023	,016
Asociación lineal por lineal	5,717	1	,017		
N de casos válidos	70				

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS. a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 7,77. b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2.

Se consideró realizar la prueba entre el tipo de emprendimiento y el tiempo que lleva el emprendimiento en funcionamiento. Para esta prueba los casos válidos son 70, que corresponden a las personas que afirmaron tener un emprendimiento. La relevancia de esta tabla cruzada es que según las

bases teóricas (Díaz & Cancino, 2014) los emprendimientos por oportunidad tienen proyecciones de crecimiento y permanencia en el mercado, ya que son producto de estudios y análisis de las necesidades latentes de los consumidores.

Por otra parte, los emprendimientos por necesidad no tienen proyección de crecimiento ya que se elaboran sin un plan de negocios y como respuesta a una crisis o imprevisto, por lo que se esperaría que haya una relación entre estas dos variables que demuestre que los emprendimientos por oportunidad están orientados a la permanencia y los emprendimientos por necesidad no. Las respuestas se encuentran agrupadas en emprendimientos por oportunidad y emprendimientos por necesidad y los rangos de tiempo establecidos son desde el inicio de las operaciones hasta 2 años y más de 3 años.

Tabla 68. Tabla cruzada entre el tipo de emprendimiento y su tiempo de vida

		¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento?		Total
		Menos de 1 año–2 años	Más de 3 años	
¿Cuál fue el principal motivo que lo/a llevó a emprender?	Por convicción y para generar ingresos adicionales // Para crear un beneficio para la comunidad	29	25	54
	Por encontrarse desempleado o inconforme con el empleo actual // Para enfrentar la crisis económica	8	8	16
Total		37	33	70

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS.

Para la prueba de Chi-cuadrado se obtuvo una significancia asintótica (bilateral) de 0,794 y mayor a 0,05. Este resultado sostiene que se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula que explica que no existe una relación definida entre el tipo de emprendimiento y su tiempo de funcionamiento. Al existir 0 casillas esperadas para un recuento menor que 5, se entiende que la tabla no tiene un sesgo muestral y que se puede confiar en la validez de los datos obtenidos para esta muestra.

Tabla 69. Prueba de chi cuadrado entre el tipo de emprendimiento y el tiempo de vida

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	,068 ^a	1	,794		
Corrección de continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitud	,068	1	,794		
Prueba exacta de Fisher				1,000	,508
Asociación lineal por lineal	,067	1	,796		
N de casos válidos	70				

Nota. Elaborado a partir de los resultados de SPSS. a. 0 casillas (,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 7,54. b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2.

1.35 Tabulación de las entrevistas

Se seleccionó, por conveniencia, a 10% de las personas que respondieron la encuesta (7 de 70 emprendimientos) para poder conocer a mayor profundidad los detalles del emprendimiento, las causas de creación, la percepción sobre la innovación, entre otros. Las entrevistas se llevaron a cabo de forma presencial y en línea, registrando lo conversado a través de notas de voz. A petición de los entrevistados se deja de forma anónima las respuestas.

Tabla 70. Respuestas del emprendedor 1 y 2 a la entrevista

Preguntas	Emprendedor 1	Emprendedor 2
¿Cómo surgió la idea de generar el emprendimiento?	“La idea surgió a partir del reconocimiento de una necesidad, nos dimos cuenta que había un mercado potencial y que más que nada teníamos los recursos para empezar una empresa sin que eso significara una alta inversión inicial. Además, queríamos encontrar una forma de generar ingresos mayores a los que obteníamos como empleadas en la empresa de alguien más”	“Todo surgió porque familiares de mi enamorado ya han tenido emprendimientos, y quisimos seguir con esa línea de negocio. Además, nos pusimos a pensar que es un buen emprendimiento ya que es parte de una actividad cotidiana del ser humano, por lo que nunca faltará demanda”
¿Cuál ha sido el principal obstáculo que ha tenido que enfrentar con respecto a la permanencia de su	“Uno de los obstáculos más grandes que se presentó durante el primer año de vida del emprendimiento fue que tuvimos algunos desacuerdos con mi socia, que es mi mamá, porque quisimos expandir nuestro negocio a otra sucursal,	“Nosotros somos nuevos en el mercado por lo que aún no han surgido muchos obstáculos, pero conforme ha pasado el tiempo tuvimos un efecto en los negocios similares, o que ofrecen el mismo producto, localizados en la zona de

<p>emprendimiento en el mercado?</p>	<p>pero no lográbamos ponernos de acuerdo con la decisión de un segundo local. Fue un problema al interior de la empresa, porque el no llegar a un consenso nos tenía estancadas, pero al final decidimos dejar pasar un año más y tener mayor reconocimiento de las necesidades del mercado y de las características de la gente para poner un segundo local”</p>	<p>nuestro emprendimiento, por lo que la principal “competencia” se vio forzada a bajar los precios y así mismo la llegada de nuevos emprendimientos a nuestro sector nos llevó a nosotros a bajar nuestros precios, al tratarse de productos similares, pero tratamos de mantener la calidad y demostrar al cliente que las características del producto justifican el precio”</p>
<p>¿Qué aspecto considera que es el más importante para la sostenibilidad?</p>	<p>“Creería que la innovación, ese extra que hace que lo ordinario se vuelva extraordinario. No es necesario crear algo 100% nuevo para que sea innovador. Nosotras teníamos claro que queríamos ser diferentes y buscamos la forma de promover la innovación desde el inicio a través de la tecnología y ofrecer un producto personalizado. Además, es bueno tomar ventaja de la tecnología, nos permite estar siempre un paso más adelante que la competencia”</p>	<p>“Opino que hay varios aspectos importantes, como el servicio al cliente. Si tratamos bien a una persona, va a sentirse bien durante su visita y va a querer regresar. También está en el trato que le damos a nuestro equipo de trabajo porque esté se ve reflejado en el servicio que brindan a los clientes. Otro aspecto para nosotros es la innovación, porque eso hace que el cliente no se aburra de lo mismo que ya conoce llevándonos a nosotros a adaptarnos a nuevas tendencias. Y, por último, pero no el menos importante, está la calidad del producto que ofrecemos, ya que eso no se puede perder”</p>
<p>¿Considera usted que existen incentivos suficientes en el país para el desarrollo de emprendimientos en el sector escogido? Si es así, ¿se sintió apoyado por el gobierno?</p>	<p>“La verdad no estamos muy al tanto de los incentivos del gobierno. En realidad, nuestro emprendimiento se generó a través de recursos propios (llevábamos cierto tiempo ahorrando porque ya sabíamos lo que queríamos hacer), pero dentro de lo que hemos escuchado con respecto a incentivos del gobierno tenemos entendido que sí existen préstamos de la CFN o del BIESS para apoyar a pequeños emprendedores, aunque no estamos muy al tanto de cómo funcionan o cómo se puede acceder a ese tipo de ayudas”</p>	<p>“Creo que el país se está enfocando en otras cosas y en realidad no existen incentivos para los emprendedores. Si es que llegara a existir alguno sería bueno que fuera divulgado o explicado y si en este momento está vigente un incentivo nuevo sería de mucha ayuda que lo dieran a conocer, para que sepamos con qué contamos, qué tenemos, qué podemos hacer”</p>
<p>¿Cómo fomenta la innovación en su empresa?</p>	<p>“Nosotras decidimos usar el comercio en línea porque al inicio no teníamos un local físico</p>	<p>“Considero que nuestro emprendimiento en sí, es una innovación porque nosotros</p>

	<p>donde la gente pudiera comprar el producto. Y las redes sociales nos ayudaron a ser más cuidadosas con los clientes, porque en línea no puedes saber cuáles son sus preferencias. Tratamos de estar siempre pendientes de ellos y de cómo la tecnología nos podía ayudar a estar más cerca”</p>	<p>ofrecemos platos de \$2 con buenas porciones y calidad. Además, estamos ubicados en una zona residencial media-alta, asimismo hemos buscado la forma de inventar nuevos platos, productos para ofrecer, pero todo con nuestra especialidad que son los asados. Además, muchos deben pensar que por \$2 van a llegar a un lugar poco agradable a la vista, pero nuestro negocio es todo lo contrario, cuidamos los pequeños detalles y que las personas se sientan cómodas por el lugar que visitan”</p>
<p>¿Qué consejo les daría a los futuros emprendedores?</p>	<p>“Yo les diría que se arriesguen, que no tengan miedo a equivocarse. Muchas veces tenemos una excelente idea, pero por miedo a equivocarnos la dejamos ahí hasta que alguien más lo hace. Así que mi mayor consejo para los emprendedores es que no tengan miedo al fracaso, cuando se trata de emprendimientos no hay fracasos o se triunfa o se aprende”</p>	<p>“Mi consejo para los futuros emprendedores es que se arriesguen, que busquen un buen proyecto y que lo saquen adelante. Por supuesto, primero deben analizarlo, sacar los pros y los contras que van a tener al abrir el negocio. Por eso deben pensar principalmente en algo que sea una necesidad para las personas, porque eso siempre va a generar ingresos. Además, me gustaría compartirles una frase que mi papá me ha dicho y que creo, que, por eso, me he sentido alentada a lograr muchas cosas y es que “el mundo es para los valientes”, así que no se rindan”</p>

Tabla 71. Respuestas del emprendedor 3 y 4 a la entrevista

Preguntas	Emprendedor 3	Emprendedor 4
<p>¿Cómo surgió la idea de generar el emprendimiento?</p>	<p>“La idea surgió en el año 2015 cuando se visitó un bar de Cerveza Artesanal en Portchester, Nueva York. Admirado ante la variedad de estilos que podría tener una cerveza, que difieren en color o taste, amargura o tonos más dulces, porcentaje de alcohol y el cuerpo, y ante la oferta de mercado en la ciudad de Guayaquil, se decidió formar una alianza con un amigo de la infancia y un familiar. El producto se basa en la calidad y la imagen”</p>	<p>“La idea de generar un emprendimiento, en este caso, se trató de detectar donde había una oportunidad de negocio y cuando se la vio, se decidió emprender”</p>

<p>¿Cuál ha sido el principal obstáculo que ha tenido que enfrentar con respecto a la permanencia de su emprendimiento en el mercado?</p>	<p>“El costo de oportunidad contra la competencia. El sector productivo se compone de cerveceros artesanales como contribuyentes únicos y un porcentaje de pequeñas empresas, además de Cerveceros ‘caseros’ sin registro del producto. Del 2015 al 2017 el mercado de cervezas artesanales en el Ecuador pasó de aproximadamente 12 a 143 marcas. Un gran obstáculo es la cantidad de impuestos que se imponen a productos relacionados con el alcohol artesanal (antes inexistentes), ya que sostiene costos innecesarios para el correcto desempeño del mercado. Con respecto a la permanencia en el mercado, sería la competencia versus la ineficiencia del sistema que no permite el óptimo desempeño del mercado”</p>	<p>“El principal obstáculo que se tuvo que enfrentar fue conseguir el capital para poder financiar las operaciones del emprendimiento. No contábamos con todo el capital inicial y se nos dificultó crearlo. Para el mantenimiento de la empresa podría ser que tuvimos que enfrentar una competencia muy dura, empresas que llevan bastante tiempo y a la que los clientes ya conocen”</p>
<p>¿Qué aspecto considera que es el más importante para la sostenibilidad?</p>	<p>“El aspecto social puesto que lo más importante es el liderazgo de un emprendedor. Si el grupo no está motivado, en caso de un grupo de socios lo más probable es que se disuelva, por falta de entendimiento de la visión y misión del proyecto. Es lo primero que nos enseñan en la U y nadie entiende. Bueno al emprender puedes fijarte en las ideas planteadas reales y sentar los objetivos de manera correcta en un proyecto para que no se extienda más de lo debido”</p>	<p>“Creo que sería el control de gastos y ventas, el control de gastos porque al ser una empresa nueva quieres invertir en la mejora de imagen y la publicidad, pero puedes confundir inversión con gastos. En cuanto al control de ventas, es importante tener ventas con margen para poder seguir operando.</p>
<p>¿Considera usted que existen incentivos suficientes en el país para el desarrollo de emprendimientos en el sector escogido? Si es así, ¿se sintió apoyado por el gobierno?</p>	<p>“Los beneficios más reales para la comercialización son ideas recién implementadas por la Alcaldía para participar de ferias organizadas donde uno puede exponer sus productos al público y vender directamente al público. La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria que es la encargada del sector ha dispuesto de algunas ideas socialistas en las que exige a Cervecería Nacional desmonopolizar los puntos de</p>	<p>“No, la verdad creo que eso se debe a que no son difundidos. Es difícil buscar ayuda si no sabes donde buscar y en mi caso, yo no estaba al tanto de los incentivos del gobierno. En mi tiempo no me sentí apoyada, pero ahora veo que el gobierno intenta apoyar al pequeño emprendedor, sobre todo porque les ayuda a reactivar la economía”</p>

	distribución al permitir congelar las cervezas de otras marcas en sus neveras que otorgan a los tenderos y en los restaurants de igual manera. En la actualidad se está revisando nuevas ideas sin mayor implementación ya que los directivos han sido reemplazados”	
¿Cómo fomenta la innovación en su empresa?	“Contamos con una página web www.cervezarepublicaec.com la cuál es únicamente informativa y para consultas, contacto y variedad de estilos. Para deseamos mantener una estrecha relación con nuestro público haciendo de república no un sabor pero un estilo de vida, el cual requiere un esfuerzo adicional en marketing para transmitir la idea de nuestra marca. Actualmente se vende portales web como www.kido.ec “	“Puede ser que siempre estoy pendiente de mejorar los procedimientos para reducir costos y optimizar el uso de recursos. Ser organizado con los procesos y hacer un buen uso de los recursos es ser innovador, porque marcas un precedente en el mercado y dejas un modelo de negocio para las demás empresas”
¿Qué consejo les daría a los futuros emprendedores?	“Crear el mercado antes de definir la idea de la empresa, que aprovechen todas las herramientas posibles de internet que son gratis y no subestimar al gasto de marketing. Una vez lista la idea y la visión de la marca es muy acertado crear la comunidad a través de redes sociales u otros medios de comunicación tradicionales, lo importante es siempre estar en oferta para el mercado. La idea es poder crear planes o proyectos en la cual pueda satisfacer necesidades detectadas en el mercado. Cuando esté entendido esto, a crear la empresa y dejar de ser emprendedores, pero empresarios”	“Bueno, en realidad no todos emprenden, Un emprendimiento no es un negocio propio que sustituye un trabajo con dependencia laboral. El emprendimiento consiste en ver una oportunidad de negocio y sacarle provecho a esa oportunidad mientras esté latente en el mercado. Por eso si ya descubriste la oportunidad es necesario estar dispuesto al riesgo, no puedes esperar triunfar si no estás dispuesto a hacer sacrificios por el bien de la empresa. Además, debes tener los objetivos claros para saber hacia dónde quieres llegar y en qué tiempo, los objetivos deben ser medibles para que sepas que en realidad estás cumpliéndolos”

Tabla 72. Respuestas del emprendedor 5 y 6 a la entrevista

Preguntas	Emprendedor 5	Emprendedor 6
¿Cómo surgió la idea de generar el emprendimiento?	“La idea surgió luego de que renuncié a mi trabajo, donde estaba en relación de dependencia, para dedicarme a ser mamá. Me pareció una	“La idea de crear este emprendimiento nació de cubrir una necesidad que estaba latente en el año 2015. En esa temporada estaba el boom de

	buena idea combinar mi rol de mamá con un negocio propio y así fue cómo empecé a desarrollar la idea que ya tenía en mente hace algún tiempo, pero que no había llevado a cabo porque no había encontrado la necesidad de hacerlo”	todo lo que eran productos personalizados, productos que se ofrecen al individuo en particular ya que las personas buscan comprar cosas con las cuales se sienten identificados. Este emprendimiento va de la mano con la innovación ya que surge de la pastelería y se crea la idea de la pastelería creativa, donde se trata de plasmar en un dulce un detalle propio que lo haga más personal”
¿Cuál ha sido el principal obstáculo que ha tenido que enfrentar con respecto a la permanencia de su emprendimiento en el mercado?	“El principal obstáculo en mi caso ha sido la parte comercial, conseguir los clientes, retenerlos y estar pendiente de lo que ofrece la competencia para ofrecer un servicio con mejor calidad que la de ellos. La competencia, más que una amenaza, ha sido un estímulo para ser mejor por eso más allá de ser un obstáculo lo veo como una oportunidad de exigirse más para estar a la altura. Otro gran obstáculo para mi emprendimiento ha sido la reducción de la demanda en el sector, la crisis ha hecho que los clientes ya no busquen alquilar, sino importar”	“Uno de los obstáculos que más he evidenciado para mantener el negocio activo entre los clientes es el uso de redes sociales. Se debe generar contenido a diario para que el cliente no olvide tu marca, para que el cliente tenga presente que aún estás ahí, que tienes esos productos que una vez probó. Por ejemplo, Instagram es una gran fuente de contenido que se genera a diario y puede hacer que los clientes se distraigan de tu marca o que busquen nuevas opciones. Entonces la idea no es bombardearlos, sino generar contenido que los mantenga atentos: promociones, darles información sobre el producto, mantenerse pendiente de ellos y eso se me complica mucho, ya que tengo que ser todóloga, manejar la marca, hacer los dulces, encargarme del marketing y a veces, no se puede con todo. Por eso creo que es importante recibir ayuda para no descuidar ningún aspecto del negocio”
¿Qué aspecto considera que es el más importante para la sostenibilidad?	“Para que el negocio sea sostenible es importante optimizar al máximo los recursos que se utilizan para la generación del servicio. Optimizar los recursos te ayuda como emprendedor a reducir los desechos y ahorrar, esos ahorros, por muy pequeños que sean, ya representan una ganancia para tu empresa”	“Mantener un emprendimiento en el mercado en el que se originó cada vez es mucho más complicado, porque es un mercado de competencia perfecta en el cual a veces no se puede competir por precios sino por una característica diferencial que nos identifique, un valor agregado. La calidad es lo que siempre va a

		identificar un producto, lo que va en primer lugar frente a todas las demás características, la calidad te permite que el cliente se vuelva fiel a tu marca y la recomiende. La calidad y precios justos permiten que el negocio mantenga a su clientela y se arriesgue a aumentar la participación del mercado. En el caso del sector de gastronomía, la calidad es vital”
¿Considera usted que existen incentivos suficientes en el país para el desarrollo de emprendimientos en el sector escogido? Si es así, ¿se sintió apoyado por el gobierno?	“Existen incentivos para los emprendimientos, en general, pero son más a nivel de capacitaciones gratuitas, asesoría para formalización de negocios y acceso a ferias y ruedas de negocio para dar a conocer los productos. Pero en realidad no se ven incentivos para potenciación de los sectores económicos, subsidios a ciertos bienes para mejorar la productividad, asesoría sobre materia prima, tasas de interés y así, y si existen no son conocidos por los emprendedores”	“Sí, yo creo que sí. Yo creo que el país ha avanzado mucho en ciertos aspectos sobre todo con relación al emprendimiento. Actualmente hay muchas organizaciones, muchas campañas que se dedican a apoyar al emprendedor, desde lo más básico, el entendimiento de las finanzas, el marketing digital, servicio al cliente y muchos más, se ofrecen como cursos gratuitos al público en general y permiten que sepas cómo manejar todos los problemas de una empresa. Yo creo que el Municipio de Guayaquil, organizaciones sin fines de lucro como Girls in Tech, que es una organización que se dedica a involucrar más a las mujeres en la tecnología, y otras organizaciones han dado realce a los emprendimientos en general. Entonces, al menos en mi sector, sí se ve una gestión del gobierno”
¿Cómo fomenta la innovación en su empresa?	“La innovación en el negocio se fomenta a través del conocimiento de las necesidades de los clientes. Ellos son los que dan la pauta para crear servicios complementarios al core principal del negocio. En mi caso, a diferencia de otros negocios de alquiler de vestidos, se ofrece el servicio de alquiler a domicilio, que incluye: prueba, recepción y retiro de vestido en el domicilio. La innovación puede percibirse desde el mínimo detalle	“La innovación también es un factor muy importante en cuanto a la permanencia de un negocio. Siempre hay que estar al día con las tendencias, con lo que hacen en otros países y que quizá no ha llegado acá. Siempre hacer benchmarking para estar al tanto con lo que hace mi competencia y el mercado en general. Entonces, ¿cómo lo fomento a través de mi negocio? El benchmarking para mí es fundamental, siempre ver que hace mi competencia, no para copiar,

	diferente”	sino para estar al día con el mercado. Yo creo que la forma de innovar en este negocio es mantenerse al día con las tendencias, ser la primera en aplicar algo diferente y para sector es diferente, porque innovación no necesariamente quiere decir tecnología, innovación es saber competir a partir de la movilidad del negocio”
¿Qué consejo les daría a los futuros emprendedores?	“Lo que puedo transmitir a los emprendedores es que no se desanimen con los obstáculos que como en todo proyecto, se encuentran en el camino. Es importante estar pendiente de la competencia porque siempre hay que estar un paso más delante de ella, escuchar siempre al cliente para saber cuáles son sus expectativas y necesidades y poder satisfacerlas, y lo último, ser organizado con la parte financiera del negocio. Los primeros años son para recuperar la inversión y fondear el negocio. A veces no es necesario tener un local y endeudarse demasiado para empezar a ofrecer un servicio. Se crece poco a poco”	“Yo les diría que mientras más tiempo le dediquen a un negocio, a un proyecto, mejor va a salir. No es tanto de cuánto dinero de invierte, sino de cuánto tú te dedicas al negocio, de cuánto buscas perfeccionar una técnica o de dónde buscas información que será útil al momento de tomar decisiones. Mientras más tiempo dediques a aquello que tú crees satisface una necesidad o genera un beneficio, mayor impacto vas a tener en la sociedad. Entonces no es tanto el capital, porque hay gente que ha iniciado con nada y ahora tiene un imperio. Es importante tener ideas claras, para que el capital sea un soporte que permita que todo se de más rápido, pero sin olvidar que el peso más grande recae sobre el proyecto. Pero, reitero, todo está ligado al tiempo de dedicación a la idea, cuánto dediques a mejorar tus estrategias. Entonces yo les diría, que siempre estén 100% seguros de sus ideas, no dejen de buscar, no dejen de leer, nunca dejen de informarse y usen las redes sociales para bien”

Tabla 73. Respuesta del emprendedor 7 a la entrevista

Preguntas	Emprendedor 7
¿Cómo surgió la idea de generar el emprendimiento?	“Bueno, esto nació, en sí, por mi lado porque hubo un tiempo que ya no quería tener jefe, esa es la realidad, ya no quería trabajar para alguien más y quería tratar de lanzarme, más que todo sin saber nada, lanzarme a ver qué podía sacar porque justo en ese tiempo (el emprendimiento tiene 3 años), en ese tiempo no se hablaba mucho de emprendimiento, hace 3-4 años que, si bien es

	<p>cierto, habían carreras pero no se hablaba mucho de emprendimientos. Entonces cogí y dije un día “voy a intentarlo” lo peor que puede pasar es que no salga y busco trabajo y vuelvo a trabajar para alguien más, no importa. Entonces así salí, yo este negocio lo empecé como un mini market, con mi idea de competir contra OkiDoki, esa fue mi idea principal, así nació la idea “por qué OkiDoki tiene como 20 locales en tan poco tiempo, a lo mejor si yo saco uno, de ahí pongo otro y puedo llegar a 20 también y ser competidor de ellos. Sería increíble”. Entonces así nació la idea como un minimarket”</p>
<p>¿Cuál ha sido el principal obstáculo que ha tenido que enfrentar con respecto a la permanencia de su emprendimiento en el mercado?</p>	<p>“Empecé como minimarket, a los 6 meses me cambié y me hice restaurante porque mi obstáculo siendo minimarket eran las tiendas de barrio. Eso me frenaba millón. Porque recordemos que la tienda de barrio te vende lo que es el PVP y uno quiere siempre ganar un poquito más y todo, pero la gente siempre es fiel al valor que dice en la etiqueta. Entonces al cambiarme de negocio a restaurante lo que me podría frenar un poco es la competencia, aunque ni tanto porque en realidad la competencia nos hace reactivarnos y sacar nuevas ideas. Lo que diría yo es la oferta de locales de comida, diría yo. Los lugares nuevos, innovadores, con mayor creatividad de comida diferente, eso creería yo que podría frenarnos un poco”</p>
<p>¿Qué aspecto considera que es el más importante para la sostenibilidad?</p>	<p>“Nuestro secreto, si bien es cierto, como mucha gente lo dice es calidad de servicio al 100%. Si tú vas y le preguntas a cualquier persona que ha venido acá, creo que lo que nos ha mantenido en el nivel, te lo digo también económico porque nos ha ayudado full el tema de la calidad del producto durante los 3 años, que no ha cambiado para nada y la atención, antes, durante y después de que el cliente está en el lugar. Entonces eso es lo que nos ha ayudado a mantenernos, crecer, bajar en ciertas épocas, pero a mantenernos y eso, en realidad creo que esa es la fórmula más allá de invertir más o invertir menos es el mantener esa calidad y el servicio al pelo, no cambiarlo”</p>
<p>¿Considera usted que existen incentivos suficientes en el país para el desarrollo de emprendimientos en el sector escogido? Si es así, ¿se sintió apoyado por el gobierno?</p>	<p>“Se que en su tiempo había, pero ese negocio no surgió con apoyo del gobierno, no porque no quisimos buscarlo, más bien porque de cierta forma teníamos algún tipo de recurso ahorrado que nos ayudó a salir de esto. He escuchado, te voy a ser sincero, no he investigado, pero he escuchado que sí están apoyando a muchos emprendimientos porque hoy en día, lo vemos. Prácticamente todo está llevando a emprendimiento, creería yo que las carreras de emprendimiento son las más pedidas (...) Cada día abren un local. Todo Guayaquil está repleto de locales, es más, tengo amigos míos que renunciar a sus trabajos por realizar un emprendimiento. Entonces creería yo que muchos tienen un colchón, un ahorro que puede ayudarles, pero también creo bastante que se apoyan mucho con las entidades financieras o directamente con el gobierno para que los ayude a empezar el negocio (...) porque el gobierno te ayuda al inicio, el capital inicial, de ahí depende de ti lo que tienes, como lo recuperas. Pero nosotros, por ese lado, no pedimos ayuda al gobierno”</p>
<p>¿Cómo fomenta la innovación en su empresa?</p>	<p>“Primero que me baso un poco en el mercado de Miraflores y según este mercado, no hay lo que ofrecemos (comida rápida que sea saludable, ya que es a la parrilla), podrá haber en otros lugares, pero aquí no hay, generalmente por el costo, ya que es más fácil poner una plancha que comprar carbón, instalar la</p>

	parrilla, etc. Entonces creería yo que por el tema de la parrilla se inicia, además de que tratamos de ofrecer variedad, usar nuevos productos que llamen la atención, lanzar un nuevo producto cada 1-2 meses, tratar de combinar cortes e ingredientes que los demás negocios no hacen y ofrecer algo nuevo al cliente. Algo que no ha probado antes y que ya existe en otros países y no aquí. Se toma en cuenta la calidad, porque es un producto artesanal, preparamos todo, nada se compra procesado”
¿Qué consejo les daría a los futuros emprendedores?	“Que se arriesguen, eso siempre digo. Yo veía a los emprendedores que hacían su tesis en la parte de abajo y nadie les paraba bola. Yo le digo a toda la gente que se arriesguen porque no es un negocio fácil, cualquier tipo de emprendimiento es complicado porque no es solo tener dinero, es tener una buena idea y aquí rescato mucho el tema de la Universidad porque prácticamente pones en práctica todo lo que has aprendido en la universidad, solo plantear el nombre, el punto estratégico, el target de personas es un trabajo de tesis completo. Yo creo que hace falta tener mucho más que dinero, es tener una buena idea, un buen proyecto y saberlo mantener, porque los 3 a 6 primeros meses no ves ganancias, estás invirtiendo a cada rato, te vas a querer rendir, pero ahí es cuando vas a tener que tener aguante. Es el aguante, la garra y las ganas”

1.35.1 Consolidado de las entrevistas

Esta tabla contiene las principales respuestas obtenidas a través de las entrevistas, por una parte, se encuentran las conclusiones, que son el sumario de las respuestas de las 7 personas encuestadas y, por otra parte, los atributos, que son las variables con mayor frecuencia de respuesta.

Tabla 74. Tabla de conclusiones y atributos de las entrevistas

Preguntas	Conclusiones	Atributos
¿Cómo surgió la idea de generar el emprendimiento?	Por el deseo de ser su propio jefe y por antecedentes de empresas en la familia. Por reconocer una demanda creciente en el mercado.	Independencia económica, ingresos adicionales, independencia laboral, beneficio para la comunidad.
¿Cuál ha sido el principal obstáculo que ha tenido que enfrentar con respecto a la permanencia de su emprendimiento en el mercado?	Desacuerdos entre los gestores al interior del emprendimiento, la competencia directa e indirecta, el costo de oportunidad, la gran cantidad de impuestos, negocios ya asentados y con gran trayectoria en el mercado.	Competencia, dificultad de consenso.
¿Qué aspecto considera que es el más importante para la sostenibilidad?	Entre los factores más importantes están la innovación, la calidad del servicio al cliente, el buen trato a los empleados, la calidad del producto, el liderazgo del emprendedor y su	Calidad del producto y servicio, innovación, compromiso del emprendedor.

	compromiso con el emprendimiento como una forma de ayudar a los negocios a permanecer en el tiempo.	
¿Considera usted que existen incentivos suficientes en el país para el desarrollo de emprendimientos en el sector escogido? Si es así, ¿se sintió apoyado por el gobierno?	Ciertos emprendedores afirman que el gobierno sí ha intentado ayudar, aunque la ayuda sea al inicio de las operaciones, como por ejemplo la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria que ayuda a controlar el monopolio y el dumping. Sin embargo, ciertos emprendedores afirman que desconocen si hay incentivos, ya que los planes de ayuda no son divulgados.	Incentivos al emprendedor, Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.
¿Cómo fomenta la innovación en su empresa?	Una forma de fomentar la innovación es a través del uso de páginas web, ya sea una interfaz informativa y de contacto o sea una interfaz de comunicación con el cliente. Además, la innovación también está en cuidar los detalles que otros no perciben, ya sea con respecto al lugar o al producto, la innovación es variedad y diferenciación.	Páginas web, tecnología, variedad, diferenciación.
¿Qué consejo les daría a los futuros emprendedores?	El consejo en común es que se arriesguen, que crean en sí mismos, que luchen por sus ideas, que diseñen minuciosamente el proyecto y que busquen todos los medios posibles para llegar a un mercado que tenga potencial para el futuro. La idea de emprender es lograr satisfacer al consumidor y sus necesidades para que luego ese esfuerzo de frutos que se vean reflejados en ingresos.	Arriesgarse, poner empeño en un proyecto, creer en una idea, satisfacer al consumidor.

Conclusiones

Tomando en consideración las hipótesis nula y alternativa, se pretendía analizar si los emprendimientos de tipo start-up eran sostenibles en el tiempo o si su permanencia en el mercado era temporal. Considerando los años de vida del emprendimiento, se pudo demostrar que los start-ups de la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil se han mantenido activos desde su creación hasta la actualidad, encontrando que el 40% del total analizado superan los dos años de vida empresarial, lo que, de acuerdo a las teorías revisadas, es evidencia de que un negocio ha logrado establecerse y que es sostenible. Se rechazó la hipótesis nula que afirmaba que los emprendimientos de tipo start-up considerados para este estudio no son sostenibles en el tiempo.

La población seleccionada en el rango de años del 2014 al 2016 fue pertinente para este estudio por el acceso a información de contacto actualizada, no obstante, es preciso señalar que el número de respuestas fue menor al esperado. En esta parte, a través de los emprendimientos considerados, se establecieron dos conclusiones: (a) en los resultados se puede observar que un elevado porcentaje de la población objetivo no ha realizado emprendimientos y que una pequeña parte sí, por lo que, para este trabajo, la cantidad de emprendedores fue menor; (b) la participación de los hombres fue superior a la participación de las mujeres, partiendo del hecho de que la población estaba compuesta mayoritariamente por mujeres y que por ende, las respuestas tenían la probabilidad de ser superiores. Sin embargo, a diferencia de épocas pasadas, las mujeres han logrado establecerse con firmeza en el mundo emprendedor, demostrando que actualmente existe mayor participación del género femenino en la creación de negocios.

De conformidad con la revisión de literatura se estableció que existen emprendimientos convencionales y emprendimientos de tipo start-up, donde estos últimos se caracterizan por el grado de innovación que proponen en sus operaciones. En la comunidad de graduados se reconoció que la mayoría de los emprendimientos habían sido creados por oportunidad, definiéndose como start-ups por el uso de tecnología, implementación de nuevos procesos u oferta de productos/servicios con valor agregado. En las

respuestas, tanto de las encuestas como de las entrevistas, se pudo evidenciar que los emprendedores asocian start-ups con tecnología e innovación.

En lo referente a la sostenibilidad de los emprendimientos de la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, se puede concluir que mayoritariamente han sido exitosos debido a que se han superado las referencias que da la literatura. La sostenibilidad fue principalmente asociada con la innovación, puesto que se entendió que los emprendimientos con valor agregado tienen mayor durabilidad en el tiempo. Por otra parte, se estableció que los emprendedores no reconocen al Gobierno como impulsor en la creación de empresas y emprendimientos, por este motivo no solicitan asesoría, ni beneficios o incentivos. Este aspecto se hizo evidente en las entrevistas, cuando los emprendedores interrogados afirmaron desconocer si existen incentivos para los microempresarios.

Otra situación que se demostró en este trabajo es que los negocios de tipo start-up aún se encuentran en fase de establecimiento en la muestra estudiada, debido a que se puede evidenciar que la percepción de los emprendedores es indeterminada e imprecisa con respecto a este modelo de negocios. En las encuestas y entrevistas se pudo concluir que los emprendedores les brindan poca atención a los aspectos formales para la creación de una unidad de negocio, debido a que no realizan un plan de negocios estructurado o si lo realizan no lo siguen paso a paso aun cuando esto comprometa la permanencia o sostenibilidad del mismo. Además, tampoco se da mucha importancia a la facturación como una manera de asegurar la formalidad y proyección de crecimiento del negocio. Otro aspecto que se pudo percibir fue el temor al riesgo, variable que fue muy común entre los entrevistados.

Se determinó varios aspectos estratégicos que pueden servir de orientación para futuros emprendedores, sugerencias como: (a) el impulso de organizaciones dedicadas a la asesoría de start-ups con respecto al uso de los recursos, (b) la potenciación de la innovación en los negocios, y (c) el desarrollo de productos/servicios socialmente responsables. Se señalaron estrategias para poder enfrentar tres importantes situaciones según la percepción de los emprendedores: (a) la escasa participación del Gobierno

en la creación de empresas, (b) la innovación como ventaja competitiva y diferencial, y (c) la influencia de la responsabilidad social en la sostenibilidad de las empresas. Era necesario establecer planes de acción iniciales para no desperdiciar la innovación como característica diferencial.

Finalmente, el objetivo de este trabajo era estudiar las causas y la sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up, de donde se obtuvo que las causas están principalmente ligadas a los emprendimientos por oportunidad ya que se espera que éstos impulsen la innovación como ventaja diferencial frente a la competencia y que crezcan para generar empleo para los habitantes y riqueza para el país; y que la sostenibilidad, en el contexto de durabilidad y permanencia en el tiempo, está orientada también hacia la innovación, como forma de explotar el uso de la información y la tecnología.

Recomendaciones

Al rechazarse la hipótesis nula, se ratificó que los emprendimientos de tipo start-up de la comunidad de graduados de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil sí son sostenibles. Sin embargo, se recomienda que para futuras investigaciones se consideren grupos de estudios más grandes, donde los resultados puedan ser generalizados a individuos con características similares. Además, se recomienda profundizar el análisis de la percepción de los emprendedores con respecto a estrategias para contingencias, percepción de la sostenibilidad y obstáculos financieros que les permita, a todos aquellos que tienen intenciones de emprender, conocer y entender el entorno de sostenibilidad de un negocio.

Para el análisis de la cantidad de emprendimientos de la comunidad de graduados, se recomienda que en futuras investigaciones se consideren más Facultades o más universidades como población de estudio, de manera que se pueda asegurar la validez de los datos y que los resultados puedan ser extendidos a poblaciones más grandes. Asimismo, que se realicen más estudios, análisis y pruebas estadísticas con respecto a la variable del sexo y a los emprendimientos, ya que trabajos anteriores al presente, han mostrado el protagonismo de esta variable en el mundo emprendedor.

Se sugiere que en futuros trabajos se consideren otras características de los start-ups que no estén relacionadas directamente con tecnología, para definir otras peculiaridades que permitan avanzar en su conocimiento. Además, partiendo de los resultados encontrados, se sugiere que se realicen más trabajos en Ecuador estudiando la importancia de la innovación como característica diferencial de los start-ups y como factor determinante de la sostenibilidad. Adicionalmente, se propone que nuevos investigadores amplíen el estudio hacia el segmento de las pymes de tipo “a” y “b” y grandes empresas, como aporte al conocimiento del sector empresarial.

En el caso de los hallazgos de sostenibilidad, se sugiere que en futuros trabajos se considere la sostenibilidad en el contexto del desarrollo sostenible tomando en cuenta los aspectos económico, social y ambiental. El estudio de la sostenibilidad, desde este contexto, puede enriquecer la retroalimentación que se da a los microempresarios, para que se entienda la importancia de la conciencia ambiental en los negocios y en los

consumidores. Como los resultados demostraron que los negocios permanecieron activos desde el inicio de sus operaciones, sería conveniente hacer una revisión de literatura de las principales causas de cierres prematuros de las empresas para conocer las principales amenazas a la permanencia en el mercado.

Para resultados más concluyentes se sugiere también dedicar más tiempo a las entrevistas a profundidad sobre la percepción del emprendedor con respecto a las variables que tienen incidencia directa o indirecta en la creación de empresas, para que, a través de un consolidado de atributos, se establezcan los principales obstáculos en Guayaquil, específicamente en el sector de emprendimientos universitarios o de la comunidad de graduados de las universidades. Se recomienda que futuras investigaciones lleven a cabo este trabajo en períodos de tiempo más extensos, para obtener resultados más precisos que sirvan como base para la toma de decisiones en el sector empresarial en general.

Referencias

- Acosta, M., Villacís, W., & Jiménez, M. (Junio de 2017). Factores que conforman la intención emprendedora de estudiantes de la Universidad de Guayaquil. *III(3)*, 335-346.
- Acs, Z., & Amorós, J. (Octubre de 2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, *31(3)*, 305-322.
- Acs, Z., Audretsch, D., & Lehmann, E. (2013). The knowledge spillover theory of Entrepreneurship. *Small Business Economy*, 757-774.
- Acs, Z., Carlsson, B., & Karlsson, C. (1999). *Entrepreneurship, small and medium-sized enterprises and the macroeconomy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Alba, D., Barbeitos, R., Barral, M., Benayas, J., Blanco, D., Domènech, X., . . . Ysern, P. (2012). Estrategias de sostenibilidad y responsabilidad social en las universidades españolas: una herramienta para su evaluación. *Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, *XVI(2)*, 59-75.
- Alemany, L., Planellas, M., Álvarez, C., & Urbano, D. (2011). Libro blanco de la cultura emprendedora en España. *Fundación Príncipe de Girona. ESADE*.
- Altamirano, G. (18 de Junio de 2018). Las aceleradoras e incubadoras son el pilar de la comunidad emprendedora. *Desde cero. La revista del emprendedor(31)*, 4-7.
- Amit, R., Muller, E., & Cockburn, I. (1995). Opportunity costs and entrepreneurial activity. *Journal of business venturing*, *10(2)*, 95-106.
- Arévalo, D., Padilla, C., & Wong, N. (Diciembre de 2016). Intención de emprendimiento en los estudiantes: Un estudio en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. *Alternativas*, 17.
- Arteaga, M., & Lasio, V. (2009). Empresas dinámicas en Ecuador: factores de éxito y competencias de sus fundadores. *Revista Latinoamericana de Administración(42)*.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *Ley Orgánica de Educación Superior*. Quito.

- Asociación de Emprendedores de Chile. (s/f). ASECH. Obtenido de <https://home.asech.cl/pagina-estatica/nosotros>
- Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid (AJE Madrid). (30 de Enero de 2014). *Factores que contribuyen al éxito de proyectos empresariales*. Obtenido de <http://upoemprende.upo.es/media/upload/2014/01/30/Factores%20que%20contribuyen%20al%20%C3%A9xito%20empresarial.pdf>
- Atherton, A. (2007). Preparing for business start-up: “pre-start” activities in the new venture creation dynamic. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(3), 404-417.
- Audretsch, D., & Lehmann, E. (2005). Does the knowledge spillover theory of entrepreneurship hold for regions? *Research Policy*, 1191-1202.
- Banchieri, L., Blasco, M., & Campa, F. (2013). Self-management evaluation by small-enterprises and micro-enterprises: Exploratory study. *Intangible Capital*, IX(2).
- Bedoya, M., & Arango, B. (2017). Orientación Emprendedora, Recursos y Capacidades: Una Revisión de su Marco Conceptual para la Innovación. *Revista Espacios*, 38(38), 11-28.
- Bermejo, R. (2005). La gran transición hacia la sostenibilidad: Principios y estrategias de economía sostenible. *Los libros de la Catarata*, 205.
- Birley, S. (1987). Female entrepreneurs - Are they really any different? *Journal of Small Business Management School*.
- Blank, S. (Mayo de 2013). Why the Lean Start-Up Changes Everything. *Harvard Business Review*, 91(5), 63-72.
- Block, J., & Koellinger, P. (2009). I can't get no satisfaction—Necessity entrepreneurship and procedural utility. *Kyklos*, 62(2), 191-209.
- Block, J., & Wagner, M. (01 de Abril de 2006). Necessity and Opportunity Entrepreneurs in Germany: Characteristics and Earnings Differentials. *University Library of Munich*.
- Bocken, N. (2015). Sustainable venture capital—catalyst for sustainable start-up success? *Journal of Cleaner Production*, 108, 647-658.
- Brazeal, D., & Herbert, T. (1999). The Genesis of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, XXIII(3), 29-46.

- Brockhaus, R. (1982). The psychology of the entrepreneur. CA Kent, DL Sexton, and KG Vesper, eds. *The Encyclopedia of Entrepreneurship. Prentice-Hall*, 39-57.
- Brüderl, J., & Preisendörfer, P. (2000). Fast-growing businesses: empirical evidence from a German study. *International Journal of Sociology*, 30(3), 45-70.
- Bruyat, C., & Julien, P.-A. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 16(2), 165-180.
- Bucardo, A., Saavedra, M., & Camarena, M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de negocios*, 6(13), 98-107.
- Camayo, W., Vásquez, C., & Zavaleta, L. (2017). Análisis del ecosistema emprendedor latinoamericano y su impacto en el desarrollo de Startups. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*.
- Cantillon, R., & Jevons, W. (1950). Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general. *Fondo de Cultura Económica*.
- Carmen, C., & Viveros, H. (2010). Los emprendedores evolucionan el concepto.
- Carrasco, R. (1999). Transitions to and from self-employment in Spain: An empirical analysis. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 61(3), 315-341.
- Carvajal, E., & Auerbach, P. (Septiembre de 2006). La Microempresa en Ecuador: perspectivas, desafíos y lineamientos de apoyo. *Banco Interamericano de Desarrollo*.
- Chandra, H. (2013). Socio-Psychological factors of entrepreneurship: a survey research. *Journal of Entrepreneurship*.
- Contreras, F., Espinosa, J., Barreto, K., Portalanza, A., Jáuregui, K., & Omaña, J. (2017). Exploring entrepreneurial intentions in Latin American university students. *International Journal of Psychological Research*, X(2), 46-59.
- Cordero, J., Astudillo, S., Carpio, X., Delgado, J., & Amón, O. (2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *MASKANA*, II(2), 27-37.

- Corsi, C., & Prencipe, A. (Mayo de 2016). Strategic planning, spatial planning, economic programs and decision support tools, through the implementation of Horizon/Europe2020. *Social and Behavioral Sciences*, 305-312.
- Covey, S. (1990). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*. Editorial Planeta S.A.
- Cowling, M. (2006). Early stage survival and growth. *International Handbook Series on Entrepreneurship*, 481-506.
- Curran, J., & Stanworth, J. (1989). Education and training for enterprise: some problems of classification, evaluation, policy and research. *International Small Business Journal*, VII(2), 11-22.
- Dawson, D., Fountain, J., & Cohen, D. (2011). An exploratory analysis of lifestyle entrepreneurship in rural, cool-climate wine tourism regions. *Asia Pacific Journal Tourism Research*, 16(5), 551-572.
- Deakins, D., & Whittam, G. (2000). Business start-up: theory, practice and policy. *Enterprise and Small Business Principles, Practice and Policy*, 115-131.
- De-Souza, G. H., Dos-Santos, P. D., Lima, N. C., Da-Cruz, N. J., & Lezana, Á. G. (2016). O potencial empreendedor e o sucesso empresarial: um estudo sobre elementos de convergência e explicação. *Revista de Administração Mackenzie (Mackenzie Management Review)*, 17(5).
- De-Vasconcelos, A. M., Lezana, Á. G., & De-Andrade, D. F. (2013). Escala para medição do sucesso de micro e pequenas empresas de Santa Catarina com o apoio da teoria da resposta ao item. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 9(1), 91-119.
- Díaz, D., & Cancino, C. (2014). De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: casos rurales exitosos. *Centro de Innovación para el Desarrollo Universidad de Chile*, 1-14.
- Di-Gregorio, D., & Shane, S. (2003). Why do some universities generate more start-ups than others? *Research policy*, 32(2), 209-227.
- Dos-Santos, P. d. (2008). Uma escala para identificar potencial empreendedor. *Universidade Federal de Santa Catarina Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção*.

- Dubini, P. (1989). The influence of motivations and environment on business start-ups: Some hints for public policies. *Journal of business venturing*, IV(1), 11-26.
- EKOS Negocios. (2014). Matriz productiva: el momento ideal es ahora. *Gestión pública*, 186-189.
- Elkington, J. (1997). Cannibals with forks: the triple bottom line of twenty-first century business. *Capstone*.
- Espíritu, R., & Sastre, M. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 17, 95-116.
- European Commission. (2002). European Commission Benchmarking the Administration of Start-Ups. *Enterprise Directorate*.
- Evers, N. (2003). The Process And Problems Of Business Start-Ups. *Institute of Technology Blanchardstown Journal*, IV(7), 17-41.
- Freire, A. (2004). *Pasión por Emprender: de la idea a la cruda realidad*. Buenos Aires: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara S.A.
- Fuel, P. (2014). *De la necesidad a la oportunidad*. Obtenido de http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/SoyEmprendedor/Noticias/Paginas/emprendimiento_oportunidad_100719.aspx.
- Fuentelsaz, L., González, C., Maicas, J., & Montero, J. (Junio de 2015). How different formal institutions affect opportunity and necessity entrepreneurship. *Business Research Quarterly*, 246-258.
- Galindo, M., Méndez, M., & Castaño, M. (2016). Crecimiento, progreso económico y emprendimiento. *Journal of Innovation & Knowledge*, 62-68.
- Gallopín, G. (2003). *Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Gans, J., Hsu, D., & Stern, S. (August de 2000). When does start-up innovation spur the gale of creative destruction? *National Bureau of Economic Research*.
- García, A. (1989). Patrones de desigualdad social en la sociedad moderna: una revisión de la literatura sobre discriminación ocupacional y salarial por género. *Desarrollo Económico*, 29(114).

- Ghosh, S. (1998). Making Business Sense of the Internet. *Harvard Business Review*, 76(2), 126-135.
- Gibb, A., & Hannon, P. (2006). Towards the entrepreneurial university. *International Journal of Entrepreneurship Education*, IV(1), 73-110.
- Gil, O. (2017). Asociación entre el perfil del empresario y el éxito en el emprendimiento internacional. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*(12).
- Global Entrepreneurship Research Association (GERA). (2017). *Global Entrepreneurship Monitor*.
- Global Impact Investing Network (GIIN). (Octubre de 2013). *The GIIN*. Obtenido de <http://www.thegiin.org/cgi-bin/iowa/home/index.html>
- González, C. (2010). E-stakeholders: una aplicación de la teoría de los stakeholder a los negocios electrónicos. *Estudios Gerenciales*, 26(114), 39-57.
- González, F. (2004). Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora de los jóvenes empresarios de andalucía. *Universidad de Sevilla*.
- González, M. T. (2009). El modelo de Triple Hélice de relaciones universidad, industria y gobierno: un análisis crítico. *Arbor: Ciencia, pensamiento y cultura*(738), 739-755.
- Greene, P., Hart, M., Gatewood, E., Brush, C., & Carter, N. (2003). Women entrepreneurs: Moving front and center: An overview of research and theory. *Coleman White Paper Series*, 3(1), 1-47.
- Guzmán, A. (1999). Tramitología, simplificación de procesos administrativos y reingeniería de negocios. *II Congreso Internacional de la Mujer, Centro Cultural Jaime Torres Bodet*.
- Guzmán, A., & Trujillo, M. (2008). Emprendimiento social-Revisión de literatura. *Estudios gerenciales*, 24(109), 105-125.
- Hansen, J., & Jones, J. (1996). A systems framework for characterizing farm sustainability. *Agricultural systems*, 51(2), 185-201.
- Hébert, R. (1985). Was Richard Cantillon an Austrian Economist? *The Journal of Libertarian Studies*, VII(2).

- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. *Education+Training*, 47(2), 98-111.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México D.F., México: McGraw Hill.
- Herstatt, C., & Verworn, B. (2001). The "Fuzzy Front End" of Innovation. *Department of Technology and Innovation Management*.
- Hurtado, F. (2016). Ecuador: innovación y emprendimiento para reinventar un modelo primario exportador. 141-165.
- Janáková, H. (2015). The success prediction of the technological start-up projects in Slovak conditions. *Procedia Economics and Finance*, 34, 73-80.
- Jensen, R., & Jones, M. (2011). University Start-ups and Entrepreneurship: New Data, New Results.
- Kantis, H., Angelelli, P., & Moori, V. (2004). Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. *BID-FUNDES Internacional*, 35-198.
- Keyhani, M., Lévesque, M., & Madhok, A. (2015). Toward a theory of entrepreneurial rents: A simulation of the market process. *Strategic Management Journal*, 36(1), 76-96.
- Kidder, D. (2012). *The Startup Playbook. Secrets of the Fastest-Growing Startups from their Founding Entrepreneurs*. San Francisco: Chronicle Books.
- Kirkwood, J., & Walton, S. (2010). What motivates ecopreneurs to start businesses? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, XVI(3), 204-228.
- Kirzner, I. (1973). Competition and Entrepreneurship.
- Knight, F. (1964). *Risk, uncertainty and profit*. Nueva York, Estados Unidos: Sentry Press.
- Kuckertz, A., & Wagner, M. (2010). The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions - Investigating the role of business experience. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 524-539.

- Lafuente, E., Vaillant, Y., & Gómez, E. (2011). El impacto de factores socio-culturales sobre la actividad emprendedora de los jóvenes en España. *Universidad Icesi*.
- Langlois, R., & Cosgel, M. (Julio de 1993). Frank Knight on risk, uncertainty, and the firm: a new interpretation. *Economic Inquiry*, XXXI(3), 456-465.
- Larroulet, C., & Ramírez, M. (2008). Emprendimiento: Factor clave para la nueva etapa de Chile. En P. C. Durán (Ed.), *Emprendimiento e Innovación en Chile* (págs. 15-38). Santiago: Universidad del Desarrollo.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Samaniego, A. (2017). Global Entrepreneurship Monitor. Ecuador 2016. *Escuela Superior Politécnica del Litoral. Graduate School of Management*, 1-82.
- Lee, S., Florida, R., & Acs, Z. (18 de Agosto de 2010). Creativity and Entrepreneurship: A regional analysis of new firm formation. *Regional Studies*, 38(8), 879-891.
- Lee, Y. (2000). The sustainability of University-Industry research collaboration: an empirical assessment. *Journal of technology*(25), 111-133.
- López, J., & Apolinario, R. (2015). Emprendimiento Por Necesidad: Una Visión desde UNASUR. *XVI Encuentro y IV Congreso Internacional de la Red Motiva "Emprendimiento como pilar del Crecimiento Económico Iberoamericano"*. Guayaquil.
- Low, M. (2001). The Adolescence of entrepreneurship research: specification of purpose. *Entrepreneurship theory and practice*, XXV(4), 17-26.
- Lozano, L. (2007). El talento humano, una estrategia de éxito en las empresas culturales. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(60), 147-164.
- Lundvall, B.-Å. (2016). The learning Economy and the Economics of Hope. *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*.
- Madrigal, B., Arechavala, R., & Madrigal, R. (2012). El emprendedor y su capital social: Caso el clúster del software en Jalisco. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, V(4), 107-120.

- Marty, O. (2002). Trabajar en las start-up. Invertir y divertirse en empresas innovadoras. *Revista de Ciencias Sociales*, 1(95), 49-60.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. MacMillan Publication.
- McGrath, H., Medlin, C., & O'Toole, T. (2017). A process-based model of network capability development by a start-up firm. *Industrial Marketing Management*.
- McMullan, W., & Long, W. (1987). Entrepreneurship education in the nineties. *Journal of Business Venturing*, 2(3), 261-275.
- Mejía, O., Morales, L., & Murillo, E. (2017). Modelo de gestión para fomentar los emprendimientos desde la Universidad de Guayaquil. 52-57.
- Melendres, G. (18 de Junio de 2018). Una empresa no podrá ser exitosa si el entorno no lo es. *Desde cero. La revista del emprendedor*(31), 10-13.
- Messina, M., & Hochsztain, E. (17 de Febrero de 2015). Entrepreneurial success factors: An exploratory study based on Data Mining Techniques. *Tec Empresarial*, 9(1), 31-40.
- Mindell, A., & Mindell, A. (1995). *Metaskills: The spiritual art of therapy*. New Falcon Publications.
- Ministerio de la Producción Perú. (2015). *Start-up Perú*. Obtenido de <http://www.start-up.pe/>
- Ministerio de trabajo, migraciones y seguridad social. (s/f). *Gobierno de España*. Obtenido de <http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/ecuador/trabajar/contenidos/CrearEmpresa.htm>
- Ministerio de trabajo, migraciones y seguridad social. (s/f). *Gobierno de España*. Obtenido de <http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/peru/trabajar/Peru/contenidos/CrearEmpresaPeru.htm>
- Ministerio de trabajo, migraciones y seguridad social. (s/f). *Gobierno de España*. Obtenido de <http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/chile/trabajar/contenidos/CrearEmpresa.htm#5>
- Montoya, D. (10 de Diciembre de 2015). Startups: tendencias en América Latina y su potencialidad para el crecimiento empresarial. *Contexto*, IV, 7-20.

- Moreano, L. (2015). Emprendedores y régimen tributario: perspectivas de la adecuación de incentivos óptimos para el fomento al emprendimiento en Ecuador. *Repositorio Institucional UASB-Digital*.
- Moreno, E. (10 de Agosto de 2013). *Metodología de investigación, pautas para hacer Tesis*. Obtenido de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-operacionalizacion-de-variables.html>
- Moriano, J., Palací, F., & Morales, J. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(1), 75-99.
- Mueller, S., & Thomas, A. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of business venturing*, 16(1), 51-75.
- Muñoz-Bullón, F., & Cueto, B. (2010). The sustainability of start-up firms among formerly wage-employed workers. *International Small Business Journal*, 29(1), 78-102.
- Newton, J., & Shreeve, D. (2002). An investigation into the relationship between the characteristics and life experiences of entrepreneurs. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 4(1), 16-36.
- Nidumolu, R., Prahalad, C., & Rangaswami, M. (2009). Why sustainability is now the key driver of Innovation. *Harvard Business Review*, 57-64.
- Novillo, E., Sarmiento, C., Ollague, J., & Ramón, D. (19 de Julio de 2017). Análisis de actitud emprendedora en estudiantes universitarios: una perspectiva de género. *INNOVA Research Journal*, II(8), 56-63.
- Osterwalder, A. (2004). The business model ontology: A proposition in a design science approach.
- Padilla, M. (2002). Desarrollo profesional femenino: la identidad de la mujer en el mundo laboral. *Introducción a los estudios de la mujer: una mirada desde las Ciencias Sociales*, 73-95.
- Pajares, J., López, A., & Hernández, C. (2016). Technology start-up firms as a portfolio of projects: The case of DIMA 3D. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 59-66.

- Pasaribu, B., Afrianti, A., Gumilar, G., Rizanti, H., & Rohajawati, S. (2017). Knowledge Transfer: A Conceptual Model and Facilitating Feature in Start-up Business. *Procedia Computer Science*, 259-266.
- Puig, N. (Enero de 2004). Redes empresariales de oportunidad en la España del Siglo XX: el caso de la industria químico-farmacéutica. *Historia Empresarial*(812), 179-188.
- Ries, E. (2012). *El método Lean Startup*. Deusto.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y Gestión*(26), 94-119.
- Rosa, P., Kodithuwakku, S., & Balunywa, W. (2006). Reassessing necessity entrepreneurship in developing countries. *Institute for Small Business & Entrepreneurship*, 1-13.
- Rovayo, G. (2013). El emprendimiento y la educación no siempre van en la misma dirección.
- Sánchez, N. (2012). *La sostenibilidad en el sector empresarial: importancia de los distintos grupos de interés en el proceso de cambio a sostenibilidad en el sector empresarial*. Universitat Politècnica de Catalunya.
- Santamaría, Á., Moreno, E., Torres, E., & Cadrazco, W. (2013). La influencia de la familia en el emprendimiento empresarial: El caso de tres PYMES de los sectores comercial y de servicios de la ciudad de Sincelejo Sucre. *Revista Pensamiento Gerencial*(1).
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2010). Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions.
- Schick, H., Marxen, S., & Freimann, J. (2002). Sustainability Issues for Start-up entrepreneurs. *GMI*, 38, 59-70.
- Schumpeter, J. (1949). *The theory of economic development. An inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). (2008). 10 Anos de Monitoramento da Sobrevivência e Mortalidade de Empresas.

- Shane, S., & Stuart, T. (2002). Organizational Endowments and the Performance of University Start-ups. *Management Science*, 48(1), 154-170.
- Stephan, U., & Pathak, S. (2016). Beyond cultural values? Cultural leadership ideals and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, XXXI(5), 505-523.
- Stuart, F., Carpenter, S., Kofinas, G., Folke, C., Abel, N., Clark, W., . . . Swanson, F. (2009). Ecosystem stewardship: sustainability strategies for a rapidly changing planet.
- Suárez, J., & Pedrosa, I. (2016). The assessment of entrepreneurial personality: The current situation and future directions. *Papeles del psicólogo*, XXXVII(1), 62-68.
- Tarapuez, E., Zapata, J., & Agreda, E. (2008). Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor. *Estudios Gerenciales*, 24(106), 83-98.
- The Chilean Economic Development Agency (CORFO). (2014). *Start-up Chile*. Obtenido de <http://www.startupchile.org/>
- Tilbury, D. (2012). Higher education for sustainability: a global overview of commitment and progress. *GUNI Higher Education in the World 4: Higher Education's Commitment to Sustainability*, 18-28.
- Tinoco, O. (2008). Una aplicación de la prueba chi cuadrado con SPSS. *Industrial Data*, XI(11), 73-77.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (1998). Conferencia Mundial sobre la Educación Superior. La educación superior en el siglo XXI. *Tomo I Informe final*. París. Recuperado el 09 de Junio de 2018, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001163/116345s.pdf>
- Valencia, A., Cadavid, L., Ríos, D., & Awad, G. (2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, XVII(57), 132-148.
- Valerio, A., Parton, B., & Robb, A. (2014). Entrepreneurship Education and Training Programs around the world. *The World Bank*.
- Vara, A. (2012). *Desde la idea inicial hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*.

Lima, Perú: Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos.

Wagner, J., & Sternberg, R. (2004). Start-up activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data. *The Annals of Regional Science*, 38(2), 219-240.

Willard, B. (2012). The new sustainability advantage. Seven business case benefits of a triple bottom line. *New society publishers*.

Zambrano, D. (2017). Factores que limitan la creación de emprendimientos o spin-offs universitarias en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil.

Zwilling, M. (27 de November de 2013). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/266493>



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Erazo Vargas Gabriela Mariuxi**, con C.C: # **0919734863** autor/a del trabajo de titulación: **Estudio de las causas y sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up en la comunidad de graduados de la UCSG** previo a la obtención del título de **ingeniera en Gestión Empresarial Internacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de septiembre de 2018

f. _____

Nombre: **Erazo Vargas Gabriela Mariuxi**

C.C: **0919734863**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Estudio de las causas y sostenibilidad de los emprendimientos de tipo start-up en la comunidad de graduados de la UCSG		
AUTOR(ES)	Gabriela Mariuxi Erazo Vargas		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Wendy Vanessa Arias Arana		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Gestión Empresarial Internacional		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	20 de septiembre de 2018	No. PÁGINAS:	142
ÁREAS TEMÁTICAS:	Emprendimiento, comunidad de graduados, start-ups		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Causas de emprendimiento, sostenibilidad, comunidad de graduados, teorías del emprendimiento, start-ups, teoría de Lean Start-ups		
<p>RESUMEN/ABSTRACT: El presente proyecto de investigación se trata de un estudio realizado en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil para conocer las causas de emprendimiento y la sostenibilidad de los negocios puestos en marcha por la comunidad de graduados de las Facultades de Ciencias Económicas y Administrativas y de Especialidades Empresariales de los años 2014, 2015 y 2016. Para la presente investigación se revisó literatura concerniente a las teorías del emprendimiento de autores como Knight, Schumpeter, Freire y Gibb, para definir el perfil del emprendedor universitario, la teoría de Lean Start-ups, para tomar como base teórica sobre las características de la innovación de los start-ups y ciertos estudios sobre los años de vida que determinan la sostenibilidad, para tener como base de estudio. Se consideró una población de 1216 graduados, trabajando con 70 casos válidos a partir de la muestra establecida por conveniencia, por la limitante de tiempo y acceso a información actualizada. Se creyó conveniente realizar una entrevista a profundidad a 10% de los encuestados, es decir a 7 emprendedores para conocer su percepción sobre las variables. Mediante la herramienta estadística de chi cuadrado se estableció si existía o no relación entre ciertas variables estudiadas y a través de un cuadro de atributos, se estableció un consolidado de variables en común entre las respuestas de las entrevistas. Finalmente, se estableció el escenario y el entorno de los emprendimientos, para dejar conclusiones que consoliden la información revisada y recomendaciones para una indagación más profunda en futuras investigaciones.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: (+593)98 - 768 - 2917	E-mail: gabrielaerazovargas@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Ing. Román Bermeo, Cynthia Lizbeth Mgs.		
	Teléfono: +593-4-3804601 Ext. 1637		
	E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			