

UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**Caracterización de los emprendimientos del Cantón Coronel  
Marcelino Maridueña**

**AUTORES:**

**García Vega, Dayana Belén  
Rodríguez Jiménez, Andrés Felipe**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TUTOR:**

**Pérez Villamar, José Guillermo**

**Guayaquil, Ecuador**

**04 de septiembre del 2023**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **García Vega, Dayana Belén y Rodríguez Jiménez, Andrés Felipe**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas**.

**TUTOR**

**Ing. Pérez Villamar, José Guillermo**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Ec. Pico Versoza, Lucía Magdalena**

**Guayaquil, a los 04 días del mes de septiembre del año 2023**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, **García Vega, Dayana Belén y Rodríguez Jiménez,  
Andrés Felipe**

**DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Caracterización de los emprendimientos del Cantón Coronel Marcelino Maridueña** previo a la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas**, 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 nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 04 días del mes de septiembre del año 2023**

**LOS AUTORES**

f. \_\_\_\_\_  
**García Vega, Dayana Belén**

f. \_\_\_\_\_  
**Rodríguez Jiménez, Andrés Felipe**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORIZACIÓN**

Nosotros, **García Vega, Dayana Belén y Rodríguez Jiménez,  
Andrés Felipe**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Caracterización de los emprendimientos del Cantón Coronel Marcelino Maridueña**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 04 días del mes de septiembre del año 2023**

**LOS AUTORES:**

f. \_\_\_\_\_  
**García Vega, Dayana Belén**

f. \_\_\_\_\_  
**Rodríguez Jiménez, Andrés Felipe**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REPORTE COMPILATIO

 CERTIFICADO DE ANÁLISIS <i>magister</i>	<b>Dayana.García_Andrés.Rodríguez</b>	<b>2%</b> Similitudes	<b>1%</b> Texto entre comillas < 1% similitudes entre comillas < 1% Idioma no reconocido
Nombre del documento: Dayana.García_Andrés.Rodríguez.docx ID del documento: 9220770c451ae10010f16037db4f1cb2f8af64d8 Tamaño del documento original: 751 kB	Depositante: José Guillermo Pérez Villamar Fecha de depósito: 21/8/2023 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 21/8/2023	Número de palabras: 21.682 Número de caracteres: 140.597	

TUTOR

Ing. Pérez Villamar, José Guillermo

## **Agradecimiento**

Mi eterno agradecimiento a Dios, por todas sus Bendiciones y la sabiduría que por su gracia he recibido a lo largo de mi vida; a mis amados padres por su infinito amor y apoyo, por su guía en formar a la mujer que el día de hoy refleja los valores con los que me han educado, sepan que todo lo que soy se los debo a ustedes.

A mis queridos abuelitos, quienes siempre me han tenido en sus oraciones, gracias por todos sus valiosos consejos. A mi hermosa familia, por brindarme cada palabra de impulso, porque mantenernos con ese inmenso amor, es una gran Bendición. A mis amigos, por cada expresión de ánimo, por ser parte fundamental en todo este proceso, forman grandes recuerdos en mi vida.

A mi alma máter, la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, y a cada docente que con sus enseñanzas han sido el complemento esencial en mi formación universitaria. A mi tutor de tesis, por sus conocimientos impartidos en este importante proceso. A mi compañero de tesis gracias, Andrés por toda tu dedicación y haber sido la dupla idónea para llevar a cabo este arduo trabajo. Y sin duda, a cada persona que formó parte de esta investigación, gracias a su aporte le brindan el realce que amerita.

García Vega, Dayana Belén

## **Dedicatoria**

A Dios, por sus infinitas Bendiciones, a mis amados padres Melida y Calixto, por quienes he llegado a este ciclo importante en mi vida, esta meta la celebro y dedico a ustedes como símbolo de gratitud y eterna admiración, lo son todo para mí.

García Vega, Dayana Belén

## **Agradecimiento**

Para empezar, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Dios, porque en su infinita gracia he podido llegar hasta este punto. Agradezco grandemente a mis padres Carlos y Saba, quienes me apoyaron desde el día uno, y merecen toda la honra que en esta vida se les pueda dar. No me olvido de las oraciones de mis abuelas Rebeca y Esmeralda, que me sostuvieron durante todo el camino. Y a toda mi hermosa familia por su apoyo y ánimo en estos años, gracias.

Debo expresar también mi agradecimiento a cada uno de los profesores que a lo largo de este proceso fueron los referentes de excelencia que engrandecen la reputación de la universidad, a aquellos que me enseñaron desde el primer semestre y hasta mi último trabajo, con mención especial a mi tutor de tesis. Y por supuesto, debo reconocer la amistad de cada uno de los compañeros que compartieron conmigo estos años de aprendizaje, sus aportes siempre han sido y serán parte integral de mi ser, en especial a Dayana, por ser un gran ejemplo como persona y compañera, su dedicación y responsabilidad son dignas de imitar.

Rodríguez Jiménez, Andrés Felipe

## **Dedicatoria**

Para Carlos y Saba, mis amados padres. Para Carlos Javier, Miguel, Pepe, Karen y Cami, mis tesoros. Para Don Pepe y Rebeca, y Don Micky y Esmeraldita, estrellas del cielo y de la tierra. Para Mateo, Rafaela, María Emilia, Santiago, José Miguel y Lucas, mis tesoritos. Y, sobre todo, para Dios: mi fuente de paz y la luz de mi camino.

Rodríguez Jiménez, Andrés Felipe



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**Facultad de Economía y Empresa**  
**Administración de Empresas**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Ec. Pico Versoza Lucía, Mgs.**  
DIRECTORA DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Coello Cazar David, Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Sopó Montero Gerson, Mgs**  
OPONENTE

## TABLA DE CONTENIDO

Índice de Figuras .....	XIII
Índice de Tablas .....	XIV
Resumen (Abstract).....	XVI
Introducción .....	2
Objetivo general .....	4
Objetivos específicos .....	4
Justificación .....	5
Capítulo I: Marco Teórico.....	7
Marco Teórico .....	7
<i>Actividad emprendedora temprana</i> .....	14
<i>Actividad emprendedora social</i> .....	15
<i>Actividad emprendedora de empleados</i> .....	15
Marco Referencial .....	16
Marco Conceptual .....	29
Capítulo II: Metodología.....	36
Diseño de la investigación.....	36
Tipo de investigación .....	37
Alcance .....	40
<i>Ficha técnica</i> .....	41
Población .....	44
Muestra .....	46
Técnica de recogida de datos .....	48

Análisis de datos .....	49
Capítulo III: Resultados .....	51
Análisis de resultados .....	51
Capítulo IV: Propuesta.....	91
Conclusiones y Recomendaciones .....	96
Referencias .....	99

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Estructura Conceptual del GEM.....	8
<b>Figura 2.</b> Modelo Teórico del GEM .....	10
<b>Figura 3.</b> Esquema del GEM.....	13
<b>Figura 4.</b> Representación Porcentual del Género .....	67
<b>Figura 5.</b> Representación Porcentual Edad.....	68
<b>Figura 6.</b> Representación porcentual de la Formación Académica.....	70
<b>Figura 7.</b> Representación Porcentual para el Tiempo de Existencia del Negocio .....	71
<b>Figura 8.</b> Representación Porcentual de Nuevos Productos o Servicios .....	72
<b>Figura 9.</b> Representación Porcentual de Nuevas formas de Producir .....	74
<b>Figura 10.</b> Representación Porcentual de Nueva Forma de entregar producto o servicio .....	75
<b>Figura 11.</b> Representación Porcentual de Nueva Forma de Promoción .....	76
<b>Figura 12.</b> Representación Porcentual de Nicho de Mercado, Cliente Nuevo o Desatendido .....	77
<b>Figura 13.</b> Representación Porcentual de Atención de Necesidades .....	79
<b>Figura 14.</b> Representación Porcentual de Medida del Impacto .....	80

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Variables comunes del modelo GEM.....	35
<b>Tabla 2.</b> Ficha técnica de la encuesta a expertos .....	42
<b>Tabla 3.</b> Ficha técnica de la encuesta a emprendedores.....	43
<b>Tabla 4.</b> Componentes de la fórmula para cálculo de muestra en una población finita.....	47
<b>Tabla 5.</b> Valores del parámetro estadístico Z .....	48
<b>Tabla 6.</b> Parámetros definidos para cálculo de la muestra .....	54
<b>Tabla 7.</b> Cuestionario para Emprendedores .....	58
<b>Tabla 8.</b> Cuestionario para Expertos .....	60
<b>Tabla 9.</b> Resultados de Género.....	67
<b>Tabla 10.</b> Resultados de Edad .....	68
<b>Tabla 11.</b> Resultados del Grado en Formación Académica .....	69
<b>Tabla 12.</b> Resultados de Años que tiene el Emprendimiento.....	71
<b>Tabla 13.</b> Resultados de Nuevos Productos o Servicios .....	72
<b>Tabla 14.</b> Resultados de Nuevas formas de Producir.....	73
<b>Tabla 15.</b> Resultados de Forma de entregar Producto o Servicio.....	75
<b>Tabla 16.</b> Resultados de Nueva Forma de Promoción o Comercialización..	76
<b>Tabla 17.</b> Resultados de Nicho de Mercado, Cliente Nuevo o Desatendido	77
<b>Tabla 18.</b> Resultados de Atención de Necesidades.....	78
<b>Tabla 19.</b> Resultados de Medida del Impacto.....	80
<b>Tabla 20.</b> Resultados de Apoyo financiero .....	82
<b>Tabla 21.</b> Resultados de Políticas Gubernamentales .....	83

<b>Tabla 22.</b> Resultados de Programas Gubernamentales .....	84
<b>Tabla 23.</b> Resultados de Educación y Formulación .....	84
<b>Tabla 24.</b> Resultados de Transferencia de Conocimientos .....	85
<b>Tabla 25.</b> Resultados de Infraestructura Comercial y Profesional.....	86
<b>Tabla 26.</b> Resultados de Apertura del Mercado Interior.....	86
<b>Tabla 27.</b> Resultados de Acceso a Infraestructura Física .....	87
<b>Tabla 28.</b> Resultados de Normas Sociales y Culturales .....	87
<b>Tabla 29.</b> Resultados de Percepción de Oportunidades de Negocio .....	88
<b>Tabla 30.</b> Resultados de Habilidades para Crear y Desarrollar una Nueva Empresa .....	88
<b>Tabla 31.</b> Resultados de Motivación para Crear una Nueva Empresa.....	89
<b>Tabla 32.</b> Resultados de Instituciones, Legislación .....	89
<b>Tabla 33.</b> Resultados de Creación de Empresas y Mujer .....	90
<b>Tabla 34.</b> Resultados de Empresas de Alto Potencial de Crecimiento .....	90

## **Resumen (Abstract)**

Es conocida la importancia de la actividad emprendedora en el contexto del desarrollo económico de una región, lo que abre la puerta a la búsqueda de alternativas para potenciar el emprendimiento en lugares que lo requieran. El presente estudio pretende realizar la caracterización de los emprendimientos que funcionan en el cantón Coronel Marcelino Maridueña en Guayas, Ecuador, para establecer un modelo que sirva de guía para el entorno emprendedor de la localidad, y también como referente para futuras investigaciones de contextos similares. A través de un estudio descriptivo, la caracterización se realizó con la aplicación del modelo del Global Entrepreneurship Monitor, llevando a cabo encuestas a emprendedores y expertos del cantón. Entre los hallazgos relevantes, se destaca que la representación de género revela un ambiente inclusivo y que la diversidad en edades demuestra la factibilidad de emprender a cualquier edad. La variación en el tiempo de vida de los negocios subraya la necesidad de estrategias para respaldar a los emprendimientos, tanto nuevos como consolidados. En cuanto a la creación, formas de producir, promocionar y entregar productos y servicios, están generando cambios significativos pero mejorables, mientras que la medición de objetivos económicos, ambientales y sociales presentan oportunidades de orientación para emprendedores. Estos resultados indican la importancia de adaptabilidad y enfoques variados en el panorama emprendedor, contribuyendo a la dinámica y el crecimiento sostenible del cantón.

***Palabras Claves:*** *Administración de Empresas, Capacidades*

*Emprendedoras, Caracterización, Desarrollo Económico, Emprendimiento,*

*Global Entrepreneurship Monitor*

## **Introducción**

Coronel Marcelino Maridueña es un cantón que pertenece a la provincia del Guayas, conocido como -la tierra que endulza al Ecuador- por una de las principales actividades económicas que provee al mercado nacional, como lo es la industria azucarera por parte de Sociedad Agrícola e Industrial “San Carlos”, misma que sirve como fuente de trabajo para los marcelinences y para quienes proceden de diversos lugares del país. En la localidad, también se encuentran las empresas Papelera Nacional S.A. dedicada a la elaboración de papel y cartón, y SODERAL Sociedad de Destilación de Alcoholes S.A. cuya actividad es la producción del alcohol. Marcelino Maridueña es un cantón donde habitan personas trabajadoras y entusiastas, quienes siempre encuentran la forma de progresar, ya sea prestando sus servicios a las empresas o creando propias fuentes de trabajo.

A pesar de que Marcelino Maridueña a través de las empresas de la localidad crea fuentes de empleo, las necesidades económicas continúan latentes, y esto no sucede solo en el cantón sino a nivel país y se incrementa con el pasar del tiempo. La evidente falta de empleo es notoria en las calles, cuando se observa a vendedores informales buscando la manera de sobrellevar la situación económica que están viviendo. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2021) indicó que, en septiembre del mismo año, la tasa de desempleo fue de 4,9% y en las últimas cifras de septiembre del 2022 la tasa de desempleo es de 4,1%. A pesar de que esta tasa se ha reducido, no ha sido en una cantidad considerable, por ello las personas deben encontrar la forma de solventar sus gastos en otras fuentes; como emprender, y para ello es indispensable que tengan bases que permitan identificar al

ciudadano los rasgos de cada emprendimiento alineado a sus preferencias para iniciar con sus proyectos, lo cual hasta el momento no existe en el cantón.

De esta manera, a medida que avanza el tiempo se van encontrando vías de acceso para cubrir las situaciones económicas que se presentan, y por el mismo motivo, la evidencia de estas necesidades trasladada a las personas a buscar alternativas; es como un acto de sobrevivencia. Así va surgiendo el proyecto de cada ciudadano de crear propios negocios, y dar la oportunidad de fomentar empleo para otras personas que lo necesitan. Moreira et al. (2018) indicaron que “el emprendedor trata de identificar una oportunidad a partir de la cual obtener una ventaja competitiva” (p. 7). Y esta ventaja incluye el hecho de cubrir también las necesidades que se presentan, a través de la creación de nuevos negocios que brinden la oportunidad a sus fundadores de ser parte del crecimiento socioeconómico de sus localidades. Y como parte de ese desarrollo, lo oportuno sería el debido respaldo de las entidades gubernamentales para ofrecer bases aún más fuertes en los nuevos negocios que están surgiendo, pues como lo mencionaron Moreno & Espíritu (2010) “la actividad empresarial de los pueblos está delimitada por las condiciones económico-sociales que impiden o motivan la creación de empresas” (p. 5). Además de ello, es importante que quienes se encuentran en la etapa de iniciar sus emprendimientos sean acreedores de los conocimientos sobre el funcionamiento de estas actividades y las características que componen a cada uno de los emprendimientos, de modo que tengan una mejor viabilidad y visión del panorama al cual están empezando a incursionar.

Con el presente trabajo, se busca determinar aquellas características de los emprendimientos en el Cantón Coronel Marcelino Maridueña, donde en los últimos años se ha evidenciado el crecimiento de esta actividad emprendedora que conlleva a fomentar nuevos empleos para los ciudadanos marcelinenses y junto a sus proyectos son parte del crecimiento económico del cantón. En base a lo antes mencionado se plantea el siguiente problema de investigación ¿Cuál es el modelo de caracterización de los emprendimientos del Cantón Coronel Marcelino Maridueña?

### **Objetivo general**

Caracterizar los emprendimientos del Cantón Coronel Marcelino Maridueña para elaborar un modelo que brinde fortalecimiento en los negocios de la localidad.

### **Objetivos específicos**

Identificar a través de una revisión de literatura las principales metodologías de caracterización de emprendimientos.

Desarrollar un estudio que permita diagnosticar la situación actual de los emprendimientos en el Cantón Coronel Marcelino Maridueña a través de la aplicación de la metodología elegida.

Diseñar el informe de la caracterización de los emprendimientos en el Cantón Coronel Marcelino Maridueña.

## **Justificación**

El presente trabajo tiene como objeto realizar la caracterización de los emprendimientos en el Cantón Coronel Marcelino Maridueña. Aunque existen estudios que caracterizan los emprendimientos a nivel país, a la presente fecha no se han encontrado análisis que reflexionen acerca del nivel de emprendimiento en las diversas zonas donde se ejercen actividades productivas, y en este caso particular, en Marcelino Maridueña.

Con respecto a la caracterización de emprendimientos, García et al. (2007) mencionaron que, si bien es cierto, es conocido que la actividad emprendedora es un pilar fundamental para la economía de una nación, no obstante, esto no necesariamente determina que se tengan claros la definición y aspectos que corresponden a la actividad de emprender. Y esto precisamente ocurre por un vacío en las bases que son necesarias y que sirven de instrumento para lograr la identificación de las características que identifiquen a cada uno de los emprendimientos.

Por ello, surge la necesidad de realizar esta investigación, puesto que se hace necesario conocer en qué está emprendiendo el ciudadano marcelinense, determinar las plazas de trabajo que genera, saber de qué manera están compuestos estos emprendimientos, el tiempo que llevan con sus proyectos en el mercado a partir de su nacimiento. Distintos atributos que van surgiendo y, a través de una caracterización, se prevé servir como una de las bases para la solvencia de los emprendimientos. Proporcionando a través de esta caracterización el punto de partida para quienes estén analizando opciones y decidir si emprender es su mejor opción y en qué hacerlo, o para aquellos quienes ya han tomado esa iniciativa y están próximos a inaugurar

sus negocios, o de otro modo, que sirva como guía para aquellos emprendedores que ya tienen habilitados sus negocios y desean tener esa guía necesaria. De tal manera, a través de esta investigación con aporte a la academia y a la sociedad en general, se busca contribuir al crecimiento socioeconómico del cantón y al fortalecimiento de la actividad emprendedora de Marcelino Maridueña.

## **Capítulo I: Marco Teórico**

### **Marco Teórico**

Al revisar la literatura especializada en la materia de emprendimiento y particularmente en los efectos que esta actividad tiene a gran escala sobre una región, es posible generar la expectativa de que al fomentar la actividad emprendedora se pueda influir positivamente y de manera significativa en el progreso económico de una nación. Día a día se puede experimentar este hecho y entender que, para medir la influencia del emprendimiento sobre la economía de un país, se requiere de un instrumento confiable y utilizado en el contexto adecuado.

Como punto de partida, resulta conveniente rescatar lo afirmado en un estudio realizado por Lukas et al. (2022), quienes indicaron que el emprendimiento efectivamente tiene un impacto y de gran relevancia para el progreso económico en una determinada región, lo que motiva la necesidad de que la actividad emprendedora sea vigilada de forma continua por las entidades correspondientes. Para fines como este es que existe el denominado Global Entrepreneurship Monitor (GEM) como una opción para llegar a materializar los objetivos planteados.

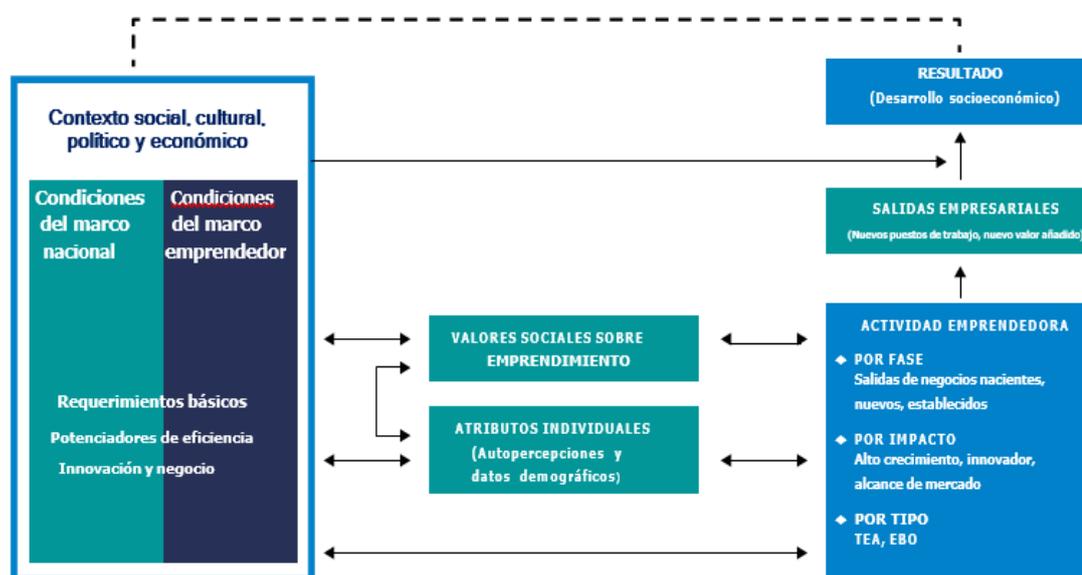
Para la presente investigación, y considerando lo mencionado anteriormente, se aplicará el modelo Global Entrepreneurship Monitor, el cual permite observar y analizar las actividades emprendedoras que una determinada población realiza, desde la perspectiva de varias dimensiones. Este modelo fue creado en 1999 mediante la intención de un esfuerzo global para poder medir el emprendimiento, y también para identificar los factores que determinan el nivel de actividad emprendedora. Desde aquel entonces,

con el paso del tiempo ha ido evolucionando, y ha expandido su alcance hasta involucrar a más de 100 países dentro de su análisis alrededor del mundo.

Una vista simplificada de la estructura del modelo GEM ha sido ilustrada dentro del informe global para el periodo 2022/2023, como se puede observar en la Figura 1. En ella consta el diseño a nivel de conceptos que comprenden a la teoría desarrollada hasta la presente fecha con relación a esta iniciativa.

**Figura 1**

*Estructura Conceptual del GEM*



*Nota.* Adaptado de “Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a “New Normal”” (p. 28), por GEM (Global Entrepreneurship Monitor), 2023.

Según Saiz et al. (2019), con el paso del tiempo, las investigaciones relacionadas al emprendimiento van aportando nuevos elementos que se incluyen en la estructura del modelo. Como consecuencia de ello, algunos de

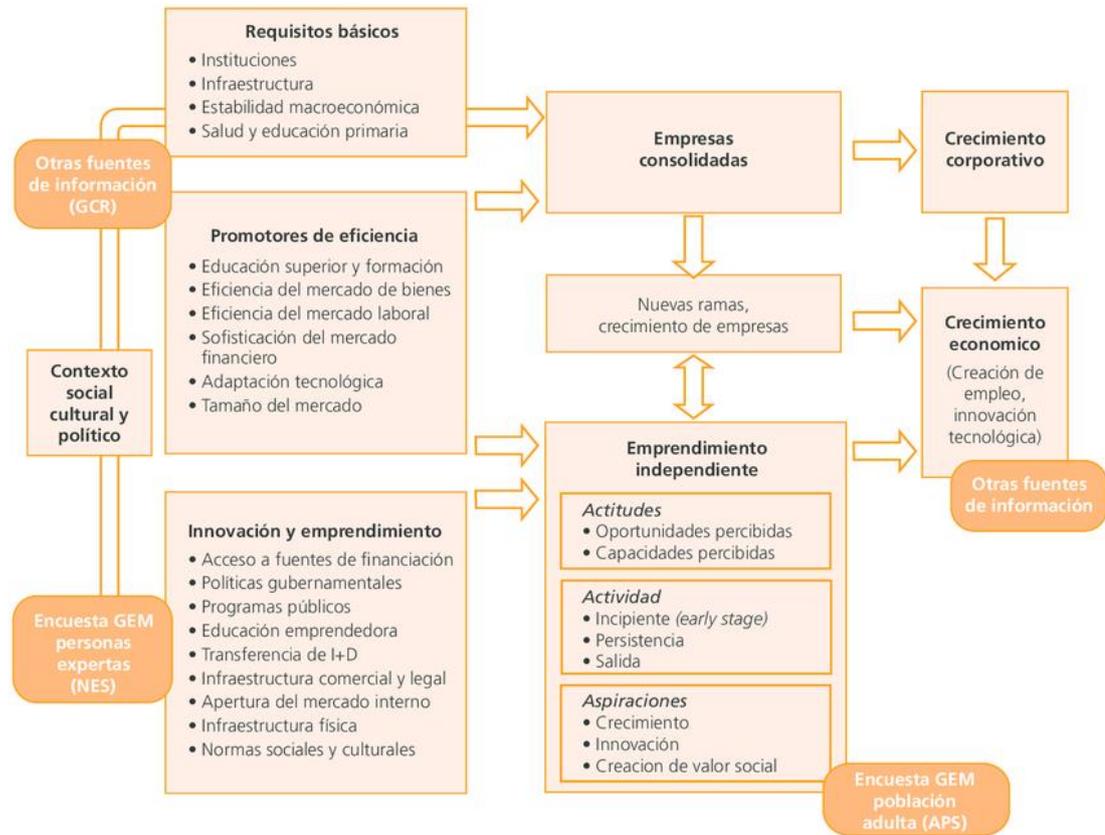
los descubrimientos particulares han señalado que actividades emprendedoras mantienen una influencia sobre el desarrollo y competitividad de las naciones, y esto es una afirmación que se pretendió replicar en el modelo. Por lo cual, para el fin descrito, se introdujeron tres subíndices de competitividad: uno para las naciones menos desarrolladas, otro para las de desarrollo intermedio y uno más para las más avanzadas.

El nivel de desarrollo que ostentan los países y la condición de su entorno emprendedor son elementos que influyen tanto en los valores y percepciones como en las habilidades y actitudes emprendedoras inherentes a la población. De igual manera, el que la actividad empresarial y el proceso de diversificación de pequeñas, medianas y grandes empresas se haya consolidado, producen un efecto particular hacia el crecimiento económico, haciendo viable un camino hacia la prosperidad a través de la creación de nuevos empleos y a la innovación empresarial.

En la Figura 2, se tiene un esquema más avanzado sobre el que se maneja el GEM, el cual describe de forma ilustrativa y con mayor detalle el contexto en el que se desenvuelven los elementos del modelo, identificando variables que influyen sobre aspectos relacionados a los resultados que se obtienen mediante el levantamiento de información y análisis que conlleva todo el proceso. Esto da como conclusión el efecto que la actividad emprendedora ha tenido sobre un entorno económico global o específico.

**Figura 2**

*Modelo Teórico del GEM*



*Nota.* Adaptado de “Global Entrepreneurship Monitor. Comunidad Autónoma del País Vasco. Informe Ejecutivo 2018-2019” (p. 38), por Saiz et al., 2019, Publicaciones de la Universidad de Deusto.

La fuente de información que utiliza el GEM en su análisis son las entrevistas diseñadas para medir y analizar los aspectos relevantes del emprendimiento en una región. Para efectos de la aplicación del instrumento, se trabaja principalmente con dos tipos de cuestionarios: una dirigida a la población entre 18 y 64 años, denominada como *Adult Population Survey* o APS, y otra destinada a personas especializadas o expertos, denominada *National Experts Survey* o NES. Ambos instrumentos permiten alimentar la

información concerniente al modelo, y como se ha mencionado anteriormente, suelen complementarse con los avances y contribuciones de otras fuentes.

Tanto la APS como la NES proporcionan una vasta descripción sobre los valores, las percepciones, las actitudes y la capacidad de emprender que la población tiene. Igualmente, el cuestionario orientado a la población entre 18 y 64 años actúa como la herramienta informativa que suministra los datos necesarios para la obtención de los indicadores que detallan el proceso emprendedor.

Al profundizar en el modelo, se podrá encontrar que analiza también las actividades emprendedoras en la población de una manera dinámica, considerando elementos como la motivación del emprendedor, inclusividad, e impacto. Y de acuerdo con la perspectiva del usuario del estudio, pueden encontrarse interpretaciones distintas respecto a la relación del emprendimiento con el desarrollo económico de una localidad en específico.

Algunas de estas perspectivas se originan desde varios estudios que, mediante la implementación del GEM como herramienta de investigación principal o complementaria, han logrado caracterizar a los emprendimientos hasta llegar a encontrar cualidades que son representativas de un emprendedor. Dentro de uno de estos análisis, por ejemplo, tenemos los hallazgos de Ali et al. (2023), quienes determinaron que existen diferentes factores que afectan a la probabilidad de iniciar actividades de emprendimiento, por ejemplo, los cognitivos, los económicos, y los sociales. Estos se analizan teniendo en cuenta la edad del individuo, el nivel educativo, su situación laboral y los ingresos del hogar.

Existen otros factores detectados mediante el referido modelo. Por ejemplo, según una investigación de Chandler (2022) realizada en Hungría sobre nuevos emprendimientos, en base al GEM, se han identificado dos motivaciones clave para los emprendedores: el impulso y la atracción. Estas motivaciones se refieren a "marcar una diferencia en el mundo" y "ganarse la vida debido a la escasez de empleo". Se ha observado que la motivación de "hacer una diferencia en el mundo" está positivamente relacionada con la creatividad y la confianza en las habilidades personales. En contraste, la motivación de "ganarse la vida debido a la escasez de empleo" se asocia negativamente con el miedo al fracaso y la falta de confianza en la creación de un negocio.

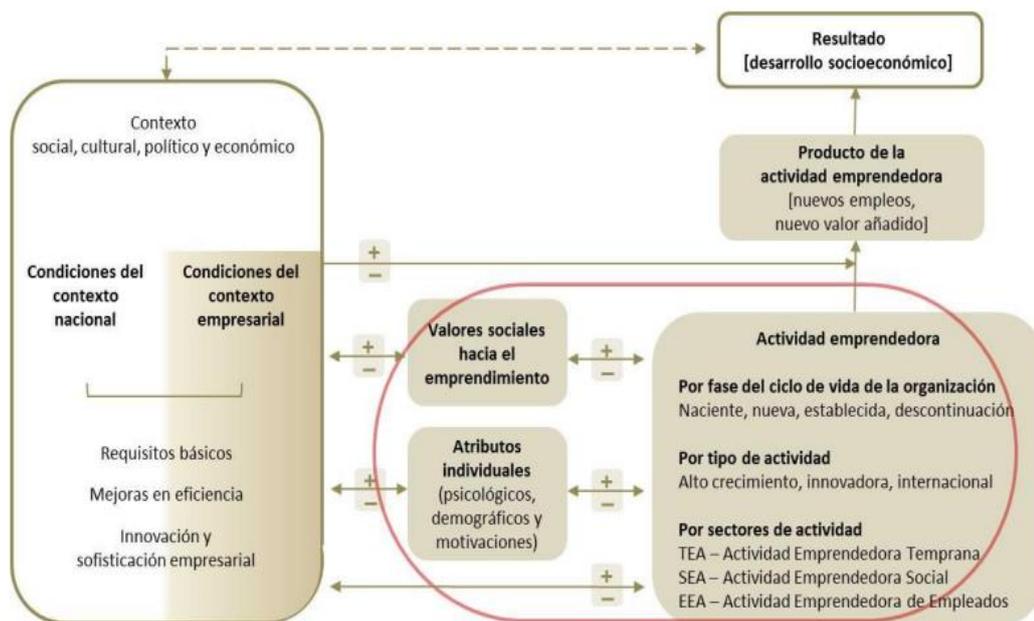
Mediante el uso del GEM, así mismo se pudo emprender una investigación por parte de Szymczyk et al. (2023), en la cual se requirió establecer un marco medible y evaluativo que permita analizar y comparar el nivel de emprendimiento de varios países a nivel global. Adicionalmente, el propósito consistió en examinar la destreza que las empresas emprendedoras manejaban en los procesos de creación y desarrollo de productos y/o servicios de excelencia, situación que deriva en un efecto directo en los resultados económicos de una determinada localidad.

Sin embargo, al margen de los objetivos del referido estudio, se puede constatar que el GEM no es un netamente un modelo para la recopilación de datos, sino que, es una herramienta estratégica para la toma de decisiones y también para la creación y diseño de políticas. En este sentido, es posible recalcar que la fortaleza del GEM radica en su capacidad de integrar y relacionar diferentes aspectos que convergen en el ecosistema emprendedor.

En la Figura 3, se ilustra un esquema adicional del modelo a aplicar en la presente investigación, lo que, en contraste a las figuras anteriores, mantiene la misma línea conceptual y sin desviarse de la estructura original del modelo. Dentro del mismo, podemos resaltar aspectos como la determinación por sectores de actividad emprendedora, es decir, si esta es temprana, social o de empleados.

**Figura 3**

*Esquema del GEM*



En el grupo de variables existentes para el análisis de información correspondiente a los emprendimientos, se cuenta con ciertos elementos dentro de la literatura que valen recalcar dentro en el marco del GEM, lo que desde una perspectiva teórica permite expandir la comprensión del tema abordado en el presente. Por esta razón, se van a repasar las ideas existentes

en la literatura, correspondientes a la actividad emprendedora temprana, or sectores de actividad.

### ***Actividad emprendedora temprana***

De acuerdo con lo establecido por el GEM, la actividad emprendedora temprana es aquel porcentaje de la población adulta (entre 18 años y 64 años) que está en el proceso de iniciar un negocio (emprendedor naciente), o ya es dueño o administrador de un negocio nuevo que ha estado en marcha durante menos de 42 meses. Este indicador se puede enriquecer con información relacionada con la motivación (oportunidad vs. necesidad), inclusión (género, edad), impacto (crecimiento del negocio en términos de generación de empleo, innovación, y sector industrial) e industria (sectores).

En América Latina y el Caribe, la TEA promedio en 2020 fue del 20,7%, lo que indica que esta región tiene uno de los niveles más altos de emprendimiento temprano en el mundo. Sin embargo, también se encontró que la tasa de discontinuidad empresarial en la región es alta, lo que indica que muchos emprendimientos no logran sobrevivir a largo plazo.

En resumen, la TEA es un indicador clave del modelo GEM que mide la proporción de la población involucrada en la creación o gestión de empresas tempranas. La última edición del modelo muestra que América Latina y el Caribe tienen uno de los niveles más altos de TEA en el mundo, pero también enfrentan desafíos en términos de sostenibilidad empresarial a largo plazo.

### ***Actividad emprendedora social***

Corresponde al porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) que se encuentra involucrada en la fase temprana de un emprendimiento con algún objetivo social. Es decir, se enfoca en emprendimientos cuyo principal objetivo es el producir un impacto positivo en la sociedad o abordar problemáticas sociales de manera innovadora.

Es importante resaltar que la actividad emprendedora social varía en su alcance y enfoque. Algunos emprendimientos de este tipo están orientados a abordar retos a nivel local, mientras que otros pueden apuntar a un horizonte con alcance mucho más amplio y buscar soluciones a problemáticas sociales a nivel nacional o mundial.

### ***Actividad emprendedora de empleados***

Para este grupo, se refiere al porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) que, siendo empleados, han estado involucrados en actividades de emprendimiento, tales como desarrollar o lanzar nuevos productos o servicios, o poner en marcha una nueva unidad de negocio, un nuevo local o una filial

El GEM recoge datos a través del uso de entrevistas realizadas a la población adulta del país en cuestión. Es a partir de este mecanismo que se obtiene la información necesaria que permitirá el cálculo de los indicadores a destacar en la investigación en curso. De esta manera, la viabilidad de caracterizar emprendimientos es más factible.

Por lo tanto, para la aplicación del modelo propuesto, la investigación se deberá llevar a cabo mediante la evaluación de variables que apunten a

identificar características provenientes de la realidad que vive el emprendedor en el cantón Marcelino Maridueña. Si bien las variables que propone el GEM mantienen un estándar, estas se pueden ajustar al contexto en que sea aplicable, sin alterar la esencia del instrumento. Esto es así, ya que de ello se obtienen y desglosan datos para determinar la concepción que el investigador desea obtener de la actividad emprendedora, y también, el nacimiento de este y su persistencia a través del tiempo.

Considerando lo expuesto en párrafos anteriores, se puede observar que el modelo GEM ha sido desarrollado y utilizado a nivel mundial, y así también, aplicado en Ecuador. Sin embargo, a pesar de haber sido tomado como referencia para examinar la actividad emprendedora que está surgiendo en distintos puntos del mundo, incluyendo nuestro país, aún no se lo ha empleado en el Cantón Coronel Marcelino Maridueña; localidad en la que últimamente el tema del emprendimiento ha ido ocupando mayor protagonismo en las propuestas para el desarrollo de la del cantón, y esto se ha evidenciado en las ferias realizadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal.

### **Marco Referencial**

Con el fin de exponer aquellos puntos de referencia que conforman el marco dentro del cual se desenvuelve esta investigación, se han revisado las aportaciones de varios autores en las temáticas relacionadas al emprendimiento. Se han observado las diversas metodologías empleadas para encontrar resultados que evidencian, en entornos similares, la importancia tanto del acto de la caracterización, como del establecimiento de

perfiles como producto de esta actividad. Consecuentemente, habrá una alta probabilidad de que los resultados permitan encontrar aspectos a resaltar para presentar soluciones y rutas alternativas que podrían tomarse en futuras investigaciones.

El análisis de la literatura explorada en recientes años sugiere que, más allá de las bases establecidas por las teorías clásicas que se han desarrollado en torno al emprendimiento, existen nuevas alternativas que refieren a los aspectos subjetivos del emprendedor como variables con una relevancia mayor a la conocida hasta hace tiempo atrás, por lo que la intención emprendedora ya no es la variable que se identifica como la más importante. Esto fue afirmado en un estudio de Nájera-Sánchez et al. (2023), quienes concluyeron en que hay más elementos a considerar en el análisis, además de los típicamente reconocidos. Algunas de estas variables son, por ejemplo, las emocionales y rasgos psicológicos. Considerando que son variables nuevas en comparación a las manejadas típicamente, esto da lugar a nuevos estudios que expanden el conocimiento y la consecución de diversas exploraciones que den acceso a un mejor entendimiento de la materia.

Dado que el emprendimiento ahora puede estudiarse con amplia literatura y conceptos más desarrollados y apegados a las realidades latentes, resulta pertinente el aterrizar las intenciones del presente trabajo mediante la exposición de las investigaciones existentes. Siguiendo ese camino, se llegará al punto de introducción que conduce al marco de la literatura empleada, y cuyos métodos y resultados, servirán de fundamento para el tratamiento y avance de la presente investigación, para así sustentar la consecución de las metas propuestas.

Como punto de partida, se ha revisado un artículo de Hadley (2023), en el cual se trabajó con la caracterización como una herramienta para perfilar al emprendedor joven, lo que contribuiría a expandir el conocimiento acerca del emprendimiento. Algo adicional que se pretendió conseguir es la exploración de nuevas pedagogías para apoyar al desarrollo de la actividad emprendedora en los jóvenes, particularmente en las escuelas de educación secundaria en la provincia de Nueva Escocia, Canadá. El estudio permitió explorar nuevas consideraciones para potenciar a nivel pedagógico el emprendimiento en el entorno juvenil.

Gartner (1990) desarrolló una investigación con el objetivo de explorar los significados subyacentes que los investigadores y profesionales tienen sobre el espíritu empresarial y describió algunos temas que caracterizan los principales problemas y preocupaciones que constituyen el debate sobre el espíritu empresarial como campo de estudio. El proceso utilizado por parte del autor para identificar los temas que caracterizan el emprendimiento fue la forma de una política Delphi, y para esto, como muestra tomó a 91 académicos, 83 líderes empresariales y 109 políticos. Entre los principales hallazgos, se encontró que los líderes empresariales sintieron que definir el espíritu empresarial no era muy práctico ni relevante para ellos; por parte de los políticos querían información sobre lo que deberían estar haciendo para mejorar la política sobre el espíritu empresarial.

Dentro de un estudio de Pacheco-Ruiz et al. (2022), se analizó el emprendimiento en el contexto universitario, a través del cual se empleó la caracterización de emprendimientos y la aplicación de una metodología descriptiva. Se descubrió que mientras más temprano es la enseñanza y

desarrollo del emprendimiento en sus espacios académicos, mayor era la probabilidad para que los estudiantes puedan producir negocios exitosos en el futuro. Paralelamente, se pudieron establecer tanto perfiles como modelos relacionados al emprendimiento.

Otro descubrimiento del análisis referido en el párrafo anterior es que la responsabilidad por el éxito de los emprendimientos depende también del contexto o entorno en el que se lleve a cabo. Es decir, si bien el papel del emprendedor es relevante en esta arriesgada gestión, no es el factor determinante para que los negocios prosperen y trasciendan en el medio económico, lo cual evidencia una gran responsabilidad por parte de las autoridades de turno para un desenvolvimiento adecuado en el acto de emprender.

Al seguir en esta línea marcada por el contexto universitario, se ha encontrado un estudio de Arango-Botero et al. (2022), dentro del cual se buscó armar un perfil para los estudiantes universitarios en la temática que corresponde al emprendimiento. El problema detectado por los autores era que no se observaba que en el ambiente universitario exista una importancia significativa hacia la diversidad de perfiles que los estudiantes manifestaban, lo que resulta en una desatención por el fomento a las actividades emprendedoras. Por lo tanto, la investigación dio lugar a la revisión de la información disponible del proyecto Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey o GUESSS, respecto a datos que fueron recopilados del Instituto Tecnológico Metropolitano en Medellín, Colombia; todo con el objetivo de impulsar una cultura emprendedora, habiendo ya identificado las

variables y la influencia que tienen a través de los distintos perfiles encontrados.

Con relación a estudios similares y referentes al emprendimiento dentro del entorno universitario, se cuenta con una interesante aproximación llevada a cabo por Neubauer et al. (2022), en la Universidad Tecnológica de Graz, Austria. En esta exploración se detectó que hay brechas en la literatura acerca de las experiencias que los estudiantes viven durante su formación como emprendedores. La investigación incluyó en su metodología el enfoque de diseño, o *design thinking* en inglés, y la teoría del comportamiento planificado. Mediante estas alternativas, se dio origen a un diseño de investigación de naturaleza cualitativa que, apoyado en la identificación y caracterización de distintas experiencias detectadas en las partes interesadas, como resultado proporcionó una nueva herramienta cuyo objetivo consistió en apoyar al compromiso empresarial dentro del margen de un entorno académico para el emprendimiento.

Otro trabajo que utilizó la caracterización como alternativa para desarrollar perfiles inherentes al margen del emprendimiento, fue el de un artículo publicado por Ojeda-Beltrán et al. (2023). Como objetivo se había establecido el identificar el perfil que tienen los emprendedores juveniles en Colombia, investigación que incluyó en su metodología la realización de encuestas como instrumento para determinar las características que describen los aspectos concernientes a los emprendimientos. Esto serviría para dar lugar a una identificación precisa de los aspectos que el ente regulador en dicha jurisdicción pueda fomentar para establecer un ecosistema apropiado y acorde a las necesidades de los emprendedores.

Sepulveda-Calderon et al. (2022) plantearon la necesidad de observar a través de un análisis transversal el nivel de coherencia y diversidad en los elementos que componen el ecosistema emprendedor, realizado en la provincia de Sabana Centro, Colombia. El principal objetivo de este trabajo consistió en detectar aquellas oportunidades y fortalezas que podrían ser aplicadas para consecuentemente llegar a notables mejoras del ecosistema de emprendimiento. Los métodos aplicados incluyeron un análisis de tipo cualitativo, seguido de la distribución de ocho categorías para los elementos estudiados, posteriormente agrupados en tres niveles para su estudio: micro, meso y macro. Los resultados de esta investigación concluyeron que a través de la caracterización del entorno empresarial y así también de la identificación de fortalezas de este, pudo ser viable la afirmación de que el entorno estudiado presenta un desequilibrio, causado por la notable diversidad de sus componentes. De manera concluyente, este estudio demostró la implicación que tienen los varios actores del ecosistema de emprendimiento frente a la diversidad y coherencia de sus elementos.

Moreno Muñoz et al. (2021) plantearon un estudio mixto, cualitativo y cuantitativo, que aplica el análisis de un modelo que mantiene un determinado diseño para los emprendimientos, el cual es empleado por el Centro de Desarrollo de Negocios (CDN), entidad perteneciente a la Región Metropolitana de Chile, y distribuidos en distintas zonas de la localidad. El estudio consistió en comprobar la relación existente entre el mencionado centro con el nivel socioeconómico de las comunas en las que se encuentran ubicados, procurando demostrar la influencia que la entidad tiene sobre los negocios de un determinado sector. Por medio de entrevistas con expertos de

la entidad y la caracterización de los emprendimientos, se pudo demostrar que la correlación es positiva, lo que evidencia la importancia de aplicar en contextos relacionados las propuestas y estrategias sugeridas por el CDN. Adicionalmente, se infiere que las iniciativas de este tipo, y aplicadas eficientemente, pueden ser muy útiles para promover diseños para los procesos de los negocios, lo que produce un notable fortalecimiento de la actividad emprendedora.

Desde una perspectiva distinta, se obtuvo la apreciación de Soder et al. (2022), quienes dedicaron un artículo que pretendió dar a conocer la tendencia emprendedora de estudiantes de enfermería en una universidad pública localizada en la provincia de Río Grande del Sur, Brasil. Se analizó el comportamiento de la población de estudiantes mediante la distribución de los evaluados en varias dimensiones de acuerdo con los resultados. Varias de las categorías existentes para el estudio eran, por ejemplo, la tendencia creativa, el impulso y determinación, y la necesidad por el éxito. Como producto de los datos encontrados, se pudo evidenciar la gran mayoría de los participantes resultaron dentro de los indicadores relacionados a una baja tendencia al emprendimiento, y como conclusión, se abre la puerta a fomentar este tema en la rama.

Para ampliar aún más los escenarios en los que se han aplicado la caracterización como método para encontrar soluciones a incógnitas que se originan en el marco de la actividad emprendedora, se ha revisado también la información y resultados obtenidos de Perez-Encinas et al. (2021), consistentes en un artículo que tuvo el fin de encontrar una propuesta para mejorar la situación laboral de los grupos que mantienen ciertas

vulnerabilidades en el mercado laboral, lo que se define de otra forma como exclusión social, manifestada a través de la constante situación de desempleo en personas de características desfavorables.

Una de las labores que se realizaron en el estudio, fue la determinación del grupo y el respectivo análisis descriptivo, indicando que estaba conformado por jóvenes y adultos mayores, quienes por sus condiciones de experiencia y edad poseen una desventaja frente a personas de condiciones más atractivas laboralmente, lo cual resulta común dentro de las exigencias de dicho mercado. Con la aplicación del cuestionario, se llevó a cabo la caracterización que permitió establecer los perfiles que llevaron a encontrar tanto diferencias como similitudes, que podrían constituirse como elementos complementarios entre los jóvenes y adultos, para así impulsar iniciativas de emprendimiento intergeneracionales.

Un ejemplo similar también puede encontrarse en un estudio realizado por Anzola-Román & Bayona-Sáez (2021), quienes trabajaron en una caracterización de compañías que funcionan como subproductos de la Universidad de Navarra, España. Esta actividad consistió en perfilar a estas empresas para contribuir, por una parte, con la expansión de la literatura existente acerca de este tipo de compañías que han sido creadas con el apoyo de centros de educación superior. Por otro lado, esta caracterización así mismo permitió identificar cuáles son los retos más desafiantes que deben enfrentar estas firmas, y cómo el ecosistema emprendedor promovido por la universidad puede llegar a contribuir en resolver estas problemáticas.

Fernández Laviada et al. (2020) realizaron una investigación en la cual el objeto de estudio era analizar el efecto moderador que el nivel de desarrollo

de los países ejerce sobre los factores que definen el comportamiento de los emprendedores sociales, distinguiendo el efecto producido en economías impulsadas por la innovación del que se produce en economías impulsadas por factores/eficiencia. El método que los autores emplearon en el referido trabajo investigativo fue un análisis multivariable empírico, y empleando el uso de datos del Global Entrepreneurship Monitor de 2015 relacionados con el emprendimiento social y los resultados muestran que tanto las variables que miden los valores y habilidades para emprender como las relacionadas con el entorno diferencian a los emprendedores sociales de los comerciales. Además, los hallazgos muestran cómo el desarrollo del país juega un papel moderador decisivo, modificando el efecto de los valores y habilidades para ser emprendedor social, la influencia del género, e incluso la relevancia de la percepción que tienen los emprendedores de su entorno.

Por otra parte, Acosta Prado et al. (2014) desarrollaron un trabajo que tuvo como meta la caracterización del emprendedor en Latino América, empleando el instrumento del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) como base para caracterizar y conocer el perfil del emprendedor en dicha región. Como parte procesal de trabajo, este se llevó a cabo a través del análisis de correlaciones, factorial y de conglomerados. La investigación adoptó una perspectiva descriptiva, implementando un análisis longitudinal en dos fases, y aprovechando la base de datos disponible del GEM para el año 2010.

Los resultados obtenidos del mencionado trabajo arrojaron luz sobre el perfil característico del emprendedor latinoamericano. Este perfil se subdividió en cuatro dimensiones, y a la vez, fue posible vincular cada una a las diversas facetas del emprendimiento, incluyendo el grado de innovación, el nivel

tecnológico, la profundidad en la elaboración de productos o servicios y la orientación hacia mercados extranjeros.

En un estudio llevado a cabo en India (Ali & Jabeen, 2020) acerca del comportamiento emprendedor y la predicción de la intención de emprender, se encontró que, de las 3.400 personas encuestadas, el 26,5% informó de nuevos esfuerzos de puesta en marcha y el 8,3% declaró ser propietario de una nueva empresa. Como consecuencia, la actitud hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido resultaron tener un impacto significativo en el establecimiento de nuevas empresas en el país. Estos hallazgos respaldan la aplicación de la teoría del comportamiento planificado en el contexto indio y sugieren que se pueden llevar a cabo diversas iniciativas públicas y privadas para fortalecer los esfuerzos de puesta en marcha en el país, con implicaciones políticas y prácticas.

Por otra parte, los descubrimientos de Morales-Alonso et al. (2022) indican que los rasgos cognitivos, tal como se definen en la Teoría de la Acción Planificada (TPB), desempeñan un papel crucial en el proceso de toma de decisiones empresariales, siendo los factores demográficos y de capital humano considerados anteriores a los mismos. Esta información es de gran relevancia para las incubadoras y aceleradoras, ya que ahora tienen una mejor y más amplia comprensión de los factores que contribuyen al éxito de los emprendedores a los que apoyan.

Montero & Camacho (2018) realizaron una investigación con el objeto de analizar las características que comprenden al emprendimiento femenino en España. Para llevar a cabo el trabajo, se empleó el uso de la Encuesta de Población Activa (EPA), para conocer aquellos factores que son de influencia

en la decisión de la mujer dentro de la iniciativa por emprender. Esta operación se apoyó en la aplicación de un modelo logit binomial, cuyo objetivo estaba orientado hacia el conocer cuáles eran las variables que intervienen en la actividad emprendedora femenina en España. La muestra considerada para efectos de la mencionada investigación fue de aquellas mujeres que han iniciado una actividad empresarial en la referida localidad objeto del estudio.

Herrera & Villalobos (2018) desarrollaron un estudio el cual se basaba en caracterizar las iniciativas formativas en emprendimiento en universidades chilenas. Esta tarea se llevó a cabo mediante la realización de entrevistas a los intervinientes de relevancia en el proceso inherente a la formación académica, y también se visitaron los lugares donde se ejercían estas labores. Los resultados que se obtuvieron fueron que no existe correlación entre la situación geográfica de la organización y el nivel de ejecución de las respectivas propuestas. Esto se pudo determinar en base a aquellas universidades que dieron respuesta a la invitación para participar en el estudio y que como consecuencia accedieron en proporcionar detalles acerca de sus proyectos.

García & González (2013) llevaron a cabo una investigación con el propósito de caracterizar el emprendimiento agrícola del municipio Sucre, estado Falcón, desde las dimensiones social, económica, técnica y política. A lo largo de su estudio determinaron que sería una investigación corresponde a un diseño de campo, de tipo exploratoria y descriptiva: exploratoria. La muestra tomada estuvo conformada por todas las iniciativas emprendedoras agrícolas existentes en el municipio. En ella, se obtuvieron resultados de cómo

se aprecia gran heterogeneidad en cuanto al número de socios que integran la muestra.

Avila (2021) analizó la definición del emprendimiento y su relación con el conocimiento e innovación, al objeto de explorar varias líneas de investigación de acuerdo con las distintas apreciaciones existentes de la materia. Entre los hallazgos que se encontró estuvo que, al realizar el análisis de las diversas definiciones y conceptos de emprendimiento, se identificó la ausencia de un marco unificador, es decir, que no existe un acuerdo en común sobre el término que defina y explique este fenómeno, ya que el criterio o enfoque de los diferentes autores está posicionado a la par de los objetivos establecidos en la investigación. No obstante, dentro de la conclusión del estudio se indica que los países con perfiles de mayor competitividad y desarrollo tienen su eje centralizado en el conocimiento, el emprendimiento y la innovación, es decir, como los pilares productivos en materia económica.

Por otra parte, Ammirato et al. (2020), se fijaron en los debates digitales en materia de emprendimiento en Italia, además de explorar las políticas existentes y desarrollar una tipología que caracterice a los emprendedores digitales y sus empresas de nueva creación en Italia. En su investigación utilizaron técnicas estadísticas cuantitativas, incluyendo análisis factorial, análisis de conglomerados y ANOVA, para identificar motivaciones, perfiles y factores críticos de éxito relevantes para la muestra. Y de esta manera lograron con este estudio identificar tres grupos principales entre los emprendedores digitales: los que emergen muy jóvenes; los negocios emergentes enfocados, y los experimentados.

Estos grupos varían por sus antecedentes y la base de competencias, la motivación y los factores de satisfacción de los empresarios. Como es de costumbre en la identificación de perfiles, cada uno puede generar la oportunidad de clasificarlos por categorías que permitan implementar políticas de apoyo específicas para cada grupo de la muestra, las cuales se centraron, para este caso, en la provisión financiera, educativa y/o de redes.

Fernandes & Ferreira (2022) realizaron un estudio con el objeto de explorar, analizar y discutir las principales tendencias en la literatura sobre el tema de ecosistemas y redes empresariales, en el cual tomaron artículos conceptuales y empíricos identificados en la base de datos Web of Science. Al finalizar el estudio les permitió identificar la dimensión institucional/contextual, la dimensión relacional y la dimensión organizacional/estructural como los principales enfoques seguidos por los investigadores sobre este tema.

Hadley (2023) realizó una investigación con el propósito de encontrar la caracterización del joven emprendedor y, posteriormente, explorar pedagogías que pueden ayudar en el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes empresariales entre los jóvenes en un contexto de escuela secundaria. Para este estudio, los datos se recopilaron mediante un enfoque de métodos mixtos, para ello emplearon una pequeña muestra representativa de estudiantes de secundaria de la provincia canadiense de Nueva Escocia quienes participaron en una entrevista semiestructurada sobre emprendimiento y pedagogía, mientras que una sección transversal más grande completó una encuesta que evaluó el grado percibido de emprendimiento.

Como resultado obtenido del estudio presentado, se constató que los jóvenes poseen, en diversos grados, una variedad de conocimientos, habilidades y actitudes empresariales. Además, se encontró que esos conocimientos, habilidades y actitudes empresariales se reúnen, refinan y movilizan en gran medida en contextos extracurriculares, dejando que las escuelas secundarias consideren cómo apoyar mejor el espíritu empresarial de sus estudiantes.

Villota González (2023) realizó una investigación en donde se logre documentar y comprender el manejo de los emprendimientos sociales a través del agronegocio en grupos asociativos rurales, la misma que fue abordada bajo un enfoque histórico hermenéutico y de orden descriptivo interpretativo, con una muestreo intencional. Teniendo como principal hallazgo que el estudiar un emprendimiento social desde la asociatividad permite identificar oportunidades y darles valor social y económico por medio de proyectos de desarrollo local, los cuales se fortalecen con la labor integral del agronegocio, promoviendo la innovación y la sostenibilidad.

### **Marco Conceptual**

Dentro del margen que relaciona a cada uno de los conceptos empleados en el presente, se ha empleado la exploración de varias fuentes con la intención de ilustrar el contexto y terminología inherentes a todos los criterios que corresponden y derivan del emprendimiento. Adicionalmente, esto permitirá fortalecer la base de comprensión para los avances que se han trabajado y expuesto a lo largo del estudio, logrando así el establecimiento de conceptos adecuados para el desarrollo de la investigación.

Dado que el objetivo del estudio se pretende alcanzar mediante la caracterización de los emprendimientos en una localidad en particular, es viable conocer a qué se refiere la caracterización como tal. Según Bolaños (1999) “la caracterización no es más que la descripción de las características principales y las múltiples interrelaciones de las organizaciones; en tanto que la tipificación se refiere al establecimiento y construcción de grupos posibles basados en características observadas en la realidad” (p. 777-780). De esta forma se puede llegar a describir y por ende observar de una manera transversal los aspectos que conforman a un grupo de elementos, llegando inclusive a poder destacar aquellos que se requieran para fines investigativos.

Respecto al emprendimiento, se cuentan con diversas definiciones que en resumidas cuentas y apuntan a describirlo como un conjunto de acciones que apuntan a alcanzar fines previamente establecidos, asumiendo los riesgos que conlleva la actividad de emprender. Aunque está expresado de forma genérica, puede no capturar la idea completa de lo que es el emprendimiento, por lo cual, es recomendable explorar lo que los entendidos en la materia han afirmado al respecto. Uno de estos criterios, fue definido por Formichella (2004), quien indicó que el emprendimiento es “el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación” (p. 5-6).

Así también, para la ampliar la percepción que se tiene del término, se cuenta con la definición del emprendimiento según Stevenson & Jarrillo (1990) quienes indicaron que “es la creación de valor por parte de personas y organizaciones, trabajando juntos para implementar una idea a través de la

aplicación de habilidades, la creatividad, el impulso y la disposición a asumir riesgos” (p. 7-21).

Por consiguiente, otra de las definiciones importantes que proponen Aldrich & Yang (2013) es “adquirir el conocimiento que necesitan para organizar nuevos negocios es un proceso de aprendizaje permanente para los emprendedores incipientes, tanto antes como durante el proceso de organización” (p. 59-82).

De esta manera, Baumol (1968) indicó que “algunos de los aspectos multifacéticos del emprendimiento, como su oferta o las fuentes de las ideas de los emprendedores y su actitud hacia el riesgo: por su naturaleza, atrae más directamente la atención de otras ciencias sociales y no la economía teórica propiamente dicha” (p. 64-71).

Al ir más allá del concepto del emprendimiento, se ha podido observar la aplicación de los denominados ecosistemas de emprendimiento. Según Isenberg (2010), estos entornos consisten en un conjunto de elementos que individualmente resultan ser insuficientes para fomentar actividades emprendedoras, pero la integración apropiada de estos puede conformar el entorno ideal para que el emprendimiento se lleve a cabo, caracterizado por la creación, la innovación y el crecimiento en las empresas.

En una apreciación que extiende el conocimiento acerca de este tipo de ecosistemas, Spigel (2017) consiguió argumentar que los entornos de emprendimiento están conformados por hasta diez atributos, catalogados en lo cultural, social y material. Relacionados entre sí, estos componentes otorgan las facilidades que los emprendedores requieren para un funcionamiento apropiado en el medio, dando así una explicación que justifica

el éxito en la ejecución de estrategias y políticas para fomentar el emprendimiento en las jurisdicciones que ya han implementado los ecosistemas de emprendimiento como instrumentos para el crecimiento.

Entre otros elementos que ayudan a comprender la actividad emprendedora, es pertinente referirse al espíritu emprendedor como un aspecto que también influye sobre la realización de este fin. De acuerdo con lo definido por Franco Moreno (2023):

Podría afirmarse que el espíritu emprendedor consiste en el desarrollo de proyectos innovadores o de oportunidades para obtener un beneficio; la capacidad de comprar a precios ciertos, para comprar a precios desconocidos o lo que identifica como la capacidad de desarrollar una idea nueva o modificar una existente para traducirla en una actividad social rentable y productiva (no todas las personas emprendedoras buscan el beneficio económico; existen personas que buscan objetivos sociales o políticos). (p. 297)

Si bien la actividad emprendedora ha resultado ser un instrumento muy efectivo para impulsar el desarrollo económico de una región, no basta solo con expandir la literatura relacionada al conocimiento que se dispone acerca del emprendimiento. Al existir una amplia bibliografía en la academia al respecto, nos podemos encontrar con un sinnúmero de definiciones que allanan el camino de los futuros expertos en el mundo del emprendimiento y los negocios, con diversas estrategias para llevar a cabo actividades productivas que fomenten un mejor estándar para la competencia empresarial que se lleva a cabo en el mercado, a través de soluciones innovadoras.

Además, es importante mencionar que una gran porción de este conocimiento disponible está fundamentada en las experiencias vividas de los protagonistas del universo de emprendedores. Sin embargo, también es cierto que, para que las técnicas sugeridas por los expertos de la academia, basados en el conocimiento y experiencia emprendedora, produzcan los efectos positivos deseados, es estrictamente necesario la existencia de un entorno que impulse el desarrollo pleno del emprendimiento y un ambiente libre de barreras innecesarias para el empresario.

Habiendo mencionado la necesidad de un entorno adecuado, se puede entonces dar lugar a la importancia de las políticas de emprendimiento. Según González Morales et al. (2020), esto consiste en la existencia de un ambiente que brinde las condiciones que proporcionen una sensación de apoyo por parte del medio público, manifestado en la reducción de impedimentos y barreras al momento de asumir el riesgo de emprender, lo cual se constituye en un ambiente favorable para llevar a cabo estas actividades de negocio.

El estudio referido previamente, consistió en el análisis de las políticas relacionadas al emprendimiento en Europa, las cuales aconsejan líneas de acción en varias ramas, por ejemplo, sugerencias relacionadas a las políticas del gobierno, programas de educación en emprendimiento, financiamiento, investigación, desarrollo e innovación, entre otros; y adicional, se consultó a expertos para identificar la influencia que las políticas tienen en el nivel de emprendimiento en los países de la región, diferenciando resultados entre los países de la Unión Europea.

En otra apreciación acerca de las políticas de emprendimiento, Malerba & McKelvey (2020) proponen que “las recomendaciones de políticas deben

centrarse en el apoyo del conocimiento y aprendizaje en organizaciones jóvenes y en el desarrollo de vínculos eficaces que ayuden a las nuevas empresas a utilizar y absorber los conocimientos necesarios para sus actividades innovadoras” (p. 503). De ello, se infiere que las políticas también deben orientar sus esfuerzos en capacitar apropiadamente a los futuros emprendedores desde el conocimiento adquirido en las organizaciones.

Otro término empleado en esta temática es el de emprendimiento social. Según Franco Pedraza (2016), partiendo de ser una alternativa más para realizar emprendimientos con fines tanto productivos como económicos, que den lugar a la consecución de beneficios, el emprendimiento social involucra las idea de innovar y asumir riesgos con el objetivo esencial de encontrar soluciones y equilibrios a problemas de índole social. Para complementar el concepto, el autor constituyó cinco ejes relacionados y que conciernen al emprendimiento social, y estos son: por una parte, la misión y el valor sociales, y también, el cambio, la transformación, y la sostenibilidad, los cuales mantienen relación común entre sí.

Al haber definido varios conceptos que involucran al tema del emprendimiento y la caracterización, resulta también pertinente el explorar las variables que se observan para llegar a conclusiones acerca de una determinada población, sobre todo si dentro del marco de la investigación se pretende emplear el modelo del GEM como instrumento para levantar información y obtener resultados concretos que servirán para desarrollar conclusiones al respecto. Es por esto, que en el marco del referido modelo se han definido las variables que, para mayor comprensión del lector, se

encuentran expuestas en la Tabla 1, con definiciones resumidas para cada una.

## **Tabla 1**

### *Variables comunes del modelo GEM*

---

Tasa de emprendimiento total (TEA)	Proporción de población adulta involucrada en la creación de negocios nuevos o establecidos.
Tasa de propietarios de negocios establecidos	Proporción de población adulta que participa en la administración de negocios ya establecidos y en funcionamiento.
Innovación y dinamismo emprendedor	Proporción de los emprendimientos que introducen servicios y/o productos innovadores en el mercado.
Percepción de las capacidades	Evaluación referente a cómo los individuos perciben sus propias habilidades y competencias para emprender.

---

## **Capítulo II: Metodología**

### **Diseño de la investigación**

La presente investigación contempla principalmente la caracterización de emprendimientos en el cantón Marcelino Maridueña, con el fin de establecer un perfil que sirva de modelo a seguir para el emprendedor en la referida localidad. No obstante, previo al establecimiento del diseño que se aplicará a la presente investigación, es importante revisar los aspectos a considerarse dentro del entorno a examinar.

Dentro de la planificación concerniente a trabajos de investigación, existen varios tipos de diseños disponibles para su ejecución, y la elección de uno u otro depende de la respuesta que se pretende conseguir a la pregunta de investigación que se ha planteado. Además, puede llegar a depender también de los objetivos del estudio, del tipo de datos que se desean obtener y revisar, y, por último, de los recursos disponibles para la consecución de metas propuestas en el trabajo.

Para empezar, no se conoce de la existencia de un estudio previo referente al cantón, relacionado a la caracterización de emprendimientos, de un modelo que permita caracterizar las actividades emprendedoras, o de cualquier otra herramienta de naturaleza similar que apunte a exponer las cualidades que conforman el comportamiento del emprendedor. Por consiguiente, surge la idea de establecer lineamientos que nos permitan lograr definiciones que representen la realidad del emprendimiento en el cantón.

Con la finalidad de conocer apropiadamente las características y particularidades que representan a los emprendimientos en el cantón, la investigación será de naturaleza descriptiva. El propósito de este método es

el de trazar los aspectos esenciales que caracterizan a los grupos cuyos elementos son muy similares, a través de la aplicación de valoraciones sistemáticas que ayudarán a identificar y asentar el conocimiento de la conducta que estos elementos objeto de estudio presentan, de acuerdo con lo indicado por Guevara Alban et al. (2020). Tal es el caso del conjunto de emprendimientos que se encuentran registrados en el cantón, y que, como parte de este estudio, se constituyen como la población sujeta al análisis respectivo.

Dicho de otra forma, siendo este método muy útil para dar lugar a la descripción de las características y así también fenómenos que corresponden a elementos objeto de estudio, sin optar por la gestión de manipular variable alguna, es válida su aplicación para contar con una descripción clara, informativa, y precisa. Por lo general, la recopilación de datos para este fin se basa en encuestas, observaciones y análisis de los registros existentes, y es por ello, que resulta aplicable dentro del alcance de los objetivos propuestos en el presente trabajo.

### **Tipo de investigación**

Con respecto al tipo de investigación, se conoce que es posible trabajar con datos cuantitativos, cualitativos o ambos. Por lo cual, previamente se ha determinado que, siendo una investigación de naturaleza descriptiva, y en un contexto como el que acontece a este trabajo, es decir, lo referente a la caracterización de emprendimientos en la referida localidad, para obtener los resultados que darán lugar a la consecución del fin propuesto, se debe analizar qué tipo de datos son requeridos para ello.

Por una parte, como datos cuantitativos y dicho de forma general, se desprenden las estadísticas disponibles acerca de los emprendimientos en el cantón. Entre los principales, se observan la cantidad de emprendimientos, por zona, periodo; tamaño del negocio según sus activos, capital operativo o ingresos por periodo; tiempo de vida de los emprendimientos, cuántos han desistido, cuántos se mantienen, nivel de crecimiento medido en resultados financieros; estadísticas concernientes a las características demográficas de la población, y entre otros datos que pueden ser mesurables para el estudio.

Por otro lado, se cuentan con datos cualitativos como, por ejemplo, las opiniones recogidas de los dueños de los negocios, las motivaciones que dan lugar a la actividad emprendedora, las percepciones del entorno que tienen los emprendedores, y demás aspectos subjetivos que no pueden cuantificarse. Sin embargo, estos contribuyen en brindar mayor contexto a la investigación. De esta forma, se le da un valor agregado para enriquecer el contenido del estudio.

Tomando como referencia lo realizado en un estudio en Alemania por Sternberg & Breitenbach (2023), es viable el uso de ambos tipos de datos, ya que el instrumento de medición que se aplica en el modelo GEM da la apertura para trabajar tanto con datos cuantitativos como cualitativos, tal y como emplearon los referidos investigadores, en un intento por llenar una brecha que brinde una explicación a los factores que empujan a los jóvenes en ese país a emprender, y por ende, comprender la actitud de ellos hacia el emprendimiento. Esto fue conseguido mediante una aplicación mixta para el tipo de datos utilizados, pero considerando que la necesidad del estudio lo requería de esa forma.

Habiendo considerado ambos tipos de datos, se entiende que para unos casos servirán de mejor manera que otros, sin ignorar la opción de que el uso de ambos también es una alternativa. No obstante, para la consecución de los objetivos propuestos, y en el margen de las necesidades existentes de la investigación, se aplicará el uso y análisis de datos cualitativos, debido a su injerencia en la realización de análisis descriptivos.

Como se menciona en la sección anterior, por motivo de la presente investigación, se requiere conocer los datos de los emprendimientos que desarrollan sus actividades en el cantón Marcelino Maridueña, situación que da origen a la necesidad de solicitar la información al ente que administra como parte de su competencia toda la data disponible de emprendimientos. Y debido a ello, se realizó un acercamiento a la alcaldía del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Marcelino Maridueña, cuyo fin era la formalización del requerimiento de información.

Estos datos que han sido facilitados por parte del ente encargado que regula los negocios locales del cantón, servirán de herramienta fundamental para tener como base a la aplicación del instrumento que se desea implementar, en este caso el modelo del GEM, puesto que, al ser una herramienta ampliamente utilizada en la investigación sobre emprendimiento a nivel mundial, proporciona datos y análisis detallados sobre el estado del emprendimiento en diferentes países y regiones. Por lo cual, al contar con los datos mencionados, estos serán aplicados para el presente estudio.

El GEM figura también como un análisis que brinda la oportunidad de realizar comparaciones internacionales sobre el emprendimiento y la actividad empresarial en diferentes países, lo cual ayudará a reflexionar acerca de las

diferencias y similitudes en las tasas de emprendimiento, los tipos de emprendimientos más comunes y los factores que influyen en el éxito empresarial.

El GEM además, dentro de su estudio realiza la recopilación de datos sobre diversos factores que pueden influir en la iniciativa emprendedora, como por ejemplo, el acceso al financiamiento, la percepción social del emprendimiento, la cultura emprendedora, el nivel de educación, las políticas gubernamentales, el apoyo a la innovación, entre otros. Como producto, el análisis de estos factores permite tener una visión completa de la situación del emprendimiento en una localidad o región, así como también, palpar el contexto sobre el cual se desenvuelven estas actividades.

Adicional a ello, se puede identificar también datos sobre la participación de hombres y mujeres en actividades emprendedoras, lo que dará la posibilidad de verificar diferencias de género en el emprendimiento, en caso de que se encuentren barreras a las que puedan enfrentarse los emprendedores según los resultados que se obtendrán del estudio, y las políticas que fomentan la igualdad de oportunidades relacionadas al emprendimiento.

### **Alcance**

Respecto del alcance que tendrá la metodología empleada, el modelo utilizado es el que define los márgenes dentro de los cuales se llevará a cabo esta investigación de tipo descriptiva. La planificación, el levantamiento de información, la tabulación de datos, el análisis respectivo, y la obtención de

resultados serán el producto del estudio de elementos que se van a revisar en el presente trabajo.

Se hará uso de las herramientas disponibles dentro de la temática que engloba el estudio de los emprendimientos mediante el empleo del Global Entrepreneurship Monitor. Esto involucra el uso de un instrumento de medición de las variables comúnmente estudiadas en el modelo, apoyado por las técnicas matemáticas y estadísticas para la obtención y análisis de información.

Dicha información se obtendrá de una fuente confiable y autorizada, ya que el modelo del Global Entrepreneurship Monitor requiere del uso de datos reales, que sean recogidos y verificados con cierta periodicidad para garantizar la integridad de la información en la investigación realizada. Posteriormente a la recopilación de datos, estos serán tabulados, y los resultados serán expuestos en contraste con los objetivos planteados para enfocar las conclusiones desde una perspectiva neutral y descriptiva.

En esta instancia, con base en los datos preliminares que se han obtenido por parte del ente regulador del cantón, se podrían emplear los mencionados datos para analizar cuáles son los factores que podrían ser de mayor relevancia en el fomento del emprendimiento en los diferentes escenarios que se llevan a cabo en el cantón.

### ***Ficha técnica***

Con el fin de ilustrar la propuesta metodológica que se aplicará en la investigación, se han designado los parámetros que sirven para delimitar la información a considerar, concluyendo en la disponibilidad de las fichas

técnicas que describen las especificaciones requeridas en el desarrollo y empleo del instrumento de recopilación de datos, que posteriormente serán empleados para el avance en el análisis de la información. Por lo tanto, se expondrá lo referido mediante la Tabla 2 para la ficha que delimita la información por recopilar de los expertos, y la Tabla 3 para establecer el marco por la ficha de emprendedores.

## **Tabla 2**

### *Ficha técnica de la encuesta a expertos*

Parámetro	Información
Universo	Población de expertos - emprendimientos del Cantón Coronel Marcelino Maridueña
Población objetivo	2
Muestra	2
Margen de confianza	99%
Error muestral	0%
Período de realización	Total fecha del TIC
Metodología	Estudio del GEM
Trabajo de campo	Cantón Coronel Marcelino Maridueña
Grabación y creación de base de datos	Cantón Coronel Marcelino Maridueña

**Tabla 3.***Ficha técnica de la encuesta a emprendedores*

Parámetro	Información
Universo	Población emprendedora del Cantón Coronel Marcelino Maridueña
Población objetivo	303 emprendedores
Muestra	Número
Margen de confianza	95%
Error muestral	7%
Período de realización	Total fecha del TIC
Metodología	Estudio del GEM
Trabajo de campo	Cantón Coronel Marcelino Maridueña
Grabación y creación de base de datos	Cantón Coronel Marcelino Maridueña

Por una parte, se tiene la ficha técnica correspondiente a la información que se recopilará de expertos en la materia de emprendimiento. A manera de resumen, se indica que: la población y muestra objetivo, están ubicados geográficamente en el cantón; para el cálculo de la muestra, se aplicará un nivel de confianza del 95%, con margen de error del 7%; y que el periodo de realización corresponde al comprendido durante el plazo del desarrollo del presente trabajo de investigación, dentro del periodo académico semestre A del año 2023, en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Por otro lado, se ha perfilado así mismo la ficha que enmarca los parámetros para la obtención de datos a realizarse por los emprendedores del cantón Marcelino Maridueña. Si bien los elementos de cálculo de la muestra,

el modelo y la localidad son los mismos que los de la ficha anterior, la diferencia solo está en el tamaño de la población, además del resultado que arroje el cálculo de dicha muestra.

## **Población**

La población que se va a determinar para los estudios respectivos dentro del presente trabajo ha sido seleccionada según los aspectos generales que conciernen a la localización y disponibilidad de los emprendimientos que funcionan en el cantón. Esto quiere decir, que se requiere el establecimiento de contacto con las autoridades correspondientes para la obtención de información cuya veracidad sea altamente certificada.

Por consiguiente, es importante el canalizar una base de datos que contenga como mínimo la identificación, los nombres o razones sociales, las descripciones, y los estados de los emprendimientos que funcionen actualmente en el cantón Marcelino Maridueña. Al contar con esta información, será posible iniciar la revisión y determinación de los elementos que podrán constituirse como la población que se va a analizar en la investigación.

Otra consideración relevante para la integridad de los datos que se traten como la población, es el conocer si se trata de elementos que puedan constituirse como finitos (cuantificables) o infinitos (no cuantificables). Para este fin, se entiende que, al tratarse de emprendimientos en una determinada localidad, cada uno de ellos debe contar con un registro formal que acredite su funcionamiento, sea con fines tributarios o de rendimiento de cuentas ante

el respectivo ente de control. En caso de que exista un registro de tal naturaleza, se confirmará que la población es cuantificable.

Por esta razón, y como se ha mencionado anteriormente, se llevó a cabo un acercamiento con la autoridad municipal del cantón Marcelino Maridueña, cuyo representante autorizado confirmó que administra la información de los emprendimientos que funcionan en la mencionada localidad, dejando ahora como tarea la revisión de la base de datos y el contenido que se considerará de ella para el presente estudio.

El perfil que los emprendimientos deben cumplir para ser considerados en el sondeo está determinado en esencia por la localización y el estado de los negocios. De la localización, se entiende que se trabajará con emprendimientos constituidos físicamente en el cantón, situación que corresponde a cada uno de los sujetos que registren en la base de datos que ha proporcionado la autoridad correspondiente a través del representante autorizado de la entidad. A su vez, estos emprendimientos deben mantener un estado activo, lo cual servirá para ubicar aquellos negocios que se encuentran en funcionamiento y que por ende se infiere que están disponibles para la atención a terceros, es decir, se podrán considerar para las entrevistas como instrumento de medición del modelo aplicado en el presente trabajo.

Por lo tanto, al tomar en cuenta que sí existe una base de datos de los emprendimientos, se considerará la población como finita, ya que es cuantificable para efectos de las respectivas herramientas de medición.

## **Muestra**

El cálculo de la muestra se realizará en base a la cantidad de emprendimientos que se identifiquen con el perfil adecuado para el estudio que se llevará cabo, y que permitirá alcanzar los fines descritos anteriormente. Para conseguir esto, primero se realizará una revisión a la lista de negocios, lo que dará lugar a una posible depuración de datos que no estén acordes al perfil ya descrito, por lo cual, se considerarán únicamente los datos filtrados como resultado del análisis de la mencionada base. En cuanto a la validez de estos datos, se recuerda que fueron proporcionados por el funcionario respectivo delegado por la autoridad municipal competente del cantón Marcelino Maridueña.

Con el fin de obtener una representación significativa y lo más cercana posible a la realidad que acontece a la población objeto de estudio, se va a emplear el cálculo de una muestra acorde a los estándares aplicados en la materia. Es por esto, que para determinar la cantidad de emprendimientos que permitan inferir el comportamiento general del universo de datos, se aplicará la conocida fórmula para el cálculo de la muestra de una población finita, la cual se expone en la Ecuación 1, a continuación:

**Ecuación 1:** Cálculo de muestra para población finita

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

Adicionalmente, en la Tabla 4, se encontrará una breve descripción de cada uno de los parámetros que conforman la mencionada ecuación que da lugar a la estimación de la muestra.

**Tabla 4.**

*Componentes de la fórmula para cálculo de muestra en una población finita*

Componente	Descripción
$n =$	Se refiere al tamaño de la muestra o subconjunto de la población, que permitirá inferir el comportamiento de esta.
$Z =$	Es un parámetro estadístico que dependerá del nivel de confianza deseado.
$N =$	Es el tamaño de la población objeto de estudio.
$e =$	Es el margen de error aceptado para el muestreo aleatorio.
$p =$	Es la probabilidad de que ocurra el evento.
$q =$	Es la probabilidad de que no ocurra el evento.

En la realización de este cálculo, se requieren datos definidos con anterioridad. Para empezar, es vital el haber ya cuantificado la cantidad de elementos que constituyen a la población o universo a estudiar. Pero además de estos, también se debe contar con valores que dependen del criterio del investigador, y este va a estar definido por el grado de aceptación que se desee para la estimación realizada. Por ejemplo, uno de estos parámetros es el margen de error “e” que se está dispuesto a aceptar como máximo para la estimación de la muestra aleatoria, y también las probabilidades de que ocurra o no el evento, “p” y “q”, los cuales están expresados en porcentaje y que

sumados no deberán superar al 1. Si bien son valores que pueden conocerse previamente, en su defecto, se recomienda aplicar 50% para ambos.

Otro elemento que destacar es el nivel de confianza, el cual, dependiendo de su magnitud, determinará el valor del parámetro estadístico “Z”. Por ejemplo, para un nivel de confianza del 95%, el valor fijo que se aplicará para Z es igual a 1.96. A continuación, en la Tabla 5 se detallan algunos de los niveles de confianza más comúnmente aplicados y sus respectivos valores para el Z calculado.

**Tabla 5**

*Valores del parámetro estadístico Z*

Nivel de confianza	Z <sub>α</sub>
99.7%	3
99%	2.58
98%	2.33
96%	2.05
95%	1.96
90%	1.645
80%	1.28
50%	0.674

### **Técnica de recogida de datos**

Para proceder con la recopilación de datos, se aplicará lo mencionado en el capítulo anterior referente a la principal herramienta empleada en el modelo GEM, específicamente el uso de entrevistas. Las preguntas que forman parte del cuestionario serán las mismas que sugiere el mencionado modelo, y serán presentadas a la población objetivo por los canales

recomendados de acuerdo con el contexto socioeconómico del cantón Marcelino Maridueña.

El sondeo está enfocado en los representantes de los emprendimientos que están establecidos en el cantón Marcelino Maridueña. Esta iniciativa tiene como objetivo primordial destacar tanto la situación actual de los negocios que operan en la región, como también identificar las motivaciones profundas que guían la ejecución de estas actividades emprendedoras.

Así mismo, se van a ocupar las herramientas estadísticas para el cálculo de la muestra sobre la población objetivo de revisión. Con esto, se establecerá la cantidad de sujetos que serán incluidos para el envío del cuestionario, las cuales serán realizadas tanto de forma digital, como física, de acuerdo con la disponibilidad de los representantes de los emprendimientos del cantón.

### **Análisis de datos**

Para el análisis de los datos que se recogerán mediante las encuestas como instrumento de medición, se practicará el uso del análisis estadístico descriptivo. Mediante esta técnica, resulta posible aplicar una descripción concisa de la información que se ha percibido mediante el instrumento. Con este tipo de análisis, se viabilizará la identificación de los comportamientos, tendencias, distribuciones y patrones que se han detectado como producto del sondeo realizado.

Este método abre la puerta a una caracterización más ajustada a los objetivos que se pretenden alcanzar, así como también, a explorar los distintos aspectos concernientes a los negocios estudiados, como por ejemplo

la magnitud de la innovación, el financiamiento, la demografía de la población, y demás indicadores que corresponden al modelo.

El análisis estadístico descriptivo es una técnica apropiada para estudios de carácter descriptivo, ya que contribuye a presentar la información de manera clara y concisa, sin realizar inferencias o generalizaciones más allá de los datos recopilados. Para llevar a cabo esta operación se va a emplear el uso de un software especializado que se ajuste a los requerimientos específicos de la presente investigación.

## **Capítulo III: Resultados**

### **Análisis de resultados**

A través de la base de datos recibida del representante del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Marcelino Maridueña, se pudo observar una lista de 646 negocios oficialmente registrados. Esta data se ha percibido mediante un archivo en formato Excel, dentro del cual se indica información general de los emprendimientos. Sin embargo, para el empleo de la metodología, y a manera resumida, entre todos los campos se tienen los siguientes como los relevantes para esta investigación: CI / RUC, Contribuyente, Estado Contribuyente, Actividad Económica SCGP, y Razón Social.

La descripción de los campos mencionados anteriormente es la siguiente: el campo CI / RUC contiene el número de identificación que pertenece al negocio; el campo Contribuyente es el nombre del contribuyente como está registrado en el Organismo de Control; el campo Estado Contribuyente indica el estado o situación actual del negocio, que puede ser Abierto, Pasivo, o Suspendido; el campo Actividad Económica SCGP describe de manera resumida la actividad principal del negocio; y, el campo Razón Social indica el nombre o razón social con la que está registrado el RUC del contribuyente.

Con esta introducción, se da lugar a la determinación de la población, por lo cual, se ha revisado la información de cada uno de los campos descritos en el párrafo anterior, para así detectar la data que permita demostrar la validez de los emprendimientos que serán objeto de análisis. Con esto, resulta

pertinente recalcar que es necesario tener en cuenta para los fines propuestos únicamente aquellos negocios que cumplan con el perfil requerido.

Es así, que se detectó que el campo Estado es el más viable para filtrar los emprendimientos adecuados y que serán parte de la revisión, ya que contiene el parámetro principal para filtrar la lista proporcionada de los negocios disponibles en el cantón. Al excluir aquellos emprendimientos con estados “Pasivo”, “Suspendido” y “No existe”, la lista se reduce a una cantidad de 361. Posteriormente, se han detectado datos no relevantes en el campo Estado Establecimiento, dentro del cual existen las opciones “Cerrado”, “No existe”, y “Vacías”, lo que por defecto las elimina del futuro análisis, dejando solo aquellos en los que el estado se refleje como “Abierto”.

Con esto, los registros de emprendimientos del archivo Excel se han reducido a 328. No obstante, se observó que hay registros de nombres y razones sociales duplicados junto con sus respectivos números de identificación. Esto es de considerarse como información no útil para la consecución de metas planteadas en el presente, razón que obliga a excluir estos datos repetidos, para así contar únicamente con lo que corresponde a la investigación. Como consecuencia, la lista se ha ajustado a 303 emprendimientos.

Con esta reducción de los elementos que forman parte de la base de datos de emprendimientos del cantón Marcelino Maridueña, de acuerdo con las condiciones ya detalladas, se ha obtenido la cantidad de sujetos a constituirse como la población. Por motivo de que se apunta a trabajar con aquellos negocios que se encuentran operando en el cantón actualmente, se ha determinado el considerar solo aquellos registros con Estado de

Contribuyente Activo y Estado de Establecimiento Abierto, lo que resulta como el producto de la reducción aplicada en líneas anteriores, para efectos de las operaciones estadísticas correspondientes.

Como consecuencia del trabajo realizado y descrito en líneas anteriores, la población que se ha encontrado para avanzar con la aplicación del instrumento de medición es de 303 emprendimientos, lo que, según las referidas explicaciones, se considera como población finita, debido a que son elementos cuantificables dentro del margen de esta investigación. Por ende, ya habiendo definido la base de la población, se procedió con el cálculo de la muestra que será utilizará para el empleo del instrumento de medición.

Previo a la aplicación de la fórmula indicada en la Ecuación 1, que sirvió para el cálculo de la muestra que corresponde a la población de emprendimientos catalogada como finita, se definieron aquellas variables que deben intervenir en la operación. Al ya contar con el valor de la población  $N$ , por consiguiente, se requirió de la respectiva valoración para determinar los demás parámetros (nivel de confianza/ $Z$  calculado, margen de error, y probabilidades de que ocurra o no el evento).

Dado que se recomiendan valores generales para la definición de ciertos parámetros, como un estándar para obtener resultados confiables y lo más apegados posibles a la realidad, se decidió utilizar un nivel de confianza del 95% en la fórmula, lo que resulta en un  $Z$  estadístico de 1.96. Del margen de error, se decidió emplear el 7%, lo cual consta dentro del rango aceptado para este tipo de estudios. Por último, se requiere también definir la probabilidad de que ocurra o no el determinado evento, y en el contexto de

esta investigación es un dato desconocido. Por consiguiente, lo recomendable es repartir las probabilidades en 50% para ambos datos p y q.

Por lo tanto, a manera de resumen, en la Tabla 6 se detallan todos los datos considerados para el cálculo de la muestra deseada, según corresponda.

**Tabla 6.**

*Parámetros definidos para cálculo de la muestra*

Componente	Valor	Descripción
n =	?	Valor no conocido
Z =	1.96	Nivel de confianza 95%
N =	303	Población de emprendimientos
e =	7%	margen de error aceptado
p =	50%	Probabilidad de que ocurra el evento
q =	50%	Probabilidad de que no ocurra el evento

Al ya conocer los valores de estos parámetros, resulta posible realizar el cálculo deseado. Es así como al reemplazar cada una de las variables de la ecuación, la fórmula para conocer la muestra de la población objeto del estudio queda planteada en la Ecuación 2 de la siguiente manera:

**Ecuación 2:** Cálculo de la muestra para el instrumento de medición

$$n = \frac{303 * 1.96^2_{\alpha} * 0.50 * 0.50}{0.07^2 * (307 - 1) + 1.96^2_{\alpha} * 0.50 * 0.50} = 119.25$$

Como resultante de la fórmula, se ha obtenido un valor de 119.25, lo que por efectos de la investigación se redondeará a 120. Este valor se

interpreta como la muestra, es decir, la cantidad de emprendimientos que representarán a la población total, y que serán sujetos de las encuestas para medir los aspectos contemplados en el modelo GEM. De esta manera, y con la cantidad ya definida de emprendimientos a encuestar, es procedente la generación del formulario que servirá como instrumento para medir los aspectos que se van a analizar en la presente investigación.

Para la elaboración del formulario, primero fue necesaria la búsqueda de instrumentos utilizados en el ámbito académico y profesional, que servirían de referencia para lo que se requiera en este estudio. Como punto de partida, se revisó el modelo de entrevistas existente del Global Entrepreneurship Monitor, dentro del cual se evidencian las preguntas que pretenden responder las inquietudes referentes al comportamiento que mantienen los emprendedores frente a las variables estudiadas del modelo. De este modelo se tomaron las principales referencias para la adaptación del formulario tipo encuesta que serviría para emprender el levantamiento de la información.

En cuanto a la recopilación de datos mediante el mencionado instrumento, la planificación consistió en definir las alternativas para realizar esta tarea. Una de ellas, es el de realizar el acercamiento de manera presencial, y recoger los datos desde hojas impresas para documentar en físico los resultados. Dado que el modelo plantea la interacción directa con el encuestado, es recomendable el utilizar la visita presencial con el fin de ejecutar exitosamente la realización de las entrevistas. Esto garantiza una mayor integridad de los datos resultantes. A pesar de ello, resulta pertinente el mencionar que este canal de recopilación requiere que la tabulación de

datos sea de forma manual, lo que conlleva un esfuerzo adicional en tiempo y recursos en comparación a otros métodos modernos.

La otra opción es el enviar el cuestionario mediante un formulario electrónico a los representantes de los emprendimientos que se constituyeron como destinatarios y sujetos de estudio. Esta vía le significa al investigador un ahorro importante de recursos, sobre todo en cuestión del tiempo, ya que la tabulación es automática y los resultados pueden obtenerse más rápidamente. Sin embargo, en vista de que en la base de datos inicial que se tenía al alcance esa información no estaba recopilada, no es posible el enviar masivamente los formularios con las encuestas.

Por otra parte, una tercera opción que se contempló era la de realizar un método de recopilación que involucre ambas alternativas. Este consistía en visitar a los emprendimientos en las direcciones registradas en la base de datos, para llenarles las encuestas manualmente desde dispositivos electrónicos móviles (celulares). No obstante, debido al contexto económico, social y de seguridad que acontece en el entorno nacional, es recomendable realizar las encuestas en las direcciones registradas de cada uno de los emprendimientos mediante el llenado manual de los documentos impresos.

Antes de determinar el canal adecuado, también se debe conocer qué tipo de destinatarios existen como usuarios de la encuesta, y que son parte importante del objetivo por alcanzar en el presente. Por un lado, se tiene a los emprendedores, a quienes se contempla aplicar el modelo de recopilación manual, y por el otro, están los expertos en la materia, quienes, debido a que son una minoría, a su posición y liderazgo social, sí están en condiciones de realizar las encuestas por vía electrónica. Por ende, estos vendrían a ser la

excepción. Consecuentemente, se decidió proceder con el levantamiento de la información a través de las opciones descritas.

Mientras que para la medición a los expertos se enviaron los formularios por vía electrónica, por otra parte, para la medición a emprendedores, se imprimieron un total de 40 encuestas con el formulario ya elaborado y listo para la recopilación de la data que posteriormente será objeto de análisis, y el restante fue llenado de forma directa por el emprendedor, de quienes se pudo obtener sus direcciones de correo electrónico. Para efectos del levantamiento de información, se visitaron los emprendimientos en horarios comprendidos dentro de las jornadas laborales, considerando que son horas en las que existe alta disponibilidad de atención a terceros.

Del contenido del cuestionario aplicado, se implementó el modelo propuesto del GEM mediante el planteamiento de las interrogantes que permitirán conocer el comportamiento de la actividad emprendedora a través de las variables. Estas preguntas se han adaptado a partir del cuestionario disponible en la web oficial de la iniciativa GEM para emprendedores y para expertos. Cada una de ellas influyen en las variables del modelo, permitiendo apreciar los resultados de las tendencias evaluadas en el comportamiento emprendedor. En la Tabla 7 se observa el cuestionario destinado para los emprendedores, a través del cual se recolectarán los datos correspondientes para la tabulación de datos.

**Tabla 7***Cuestionario para Emprendedores*

Categoría	Opciones
Género	Masculino o Femenino
Edad	18 a 29, 30 a 39, 40 a 49, 50 a 59, y 60 en adelante
Grado en formación académica	Primaria, secundaria, formación profesional, licenciatura o diplomatura, y postgrado profesional
Años que tiene su emprendimiento	Menos de 1 año, de 1 a 5 años, de 6 a 10 años, y más de 10 años
¿Está su actividad, organización o iniciativa ofreciendo un nuevo tipo de producto o servicio?	Sí o no
¿Está su actividad, organización o iniciativa ofreciendo una nueva forma de producir un producto o servicio?	Sí o no
¿Está su actividad, organización o iniciativa ofreciendo una nueva forma de entregar un producto o servicio?	Sí o no
¿Está su actividad, organización o iniciativa ofreciendo una nueva forma de promocionar o comercializar un producto o servicio?	Sí, no, o no sabe
¿Está su actividad, organización o iniciativa atendiendo un nicho de mercado o cliente nuevo o hasta ahora desatendido?	Sí o no
¿Cree que si su actividad, organización o iniciativa no existiera, las necesidades de sus clientes serían atendidas en otra parte del mercado?	Sí, no, o no sabe
¿Está realmente midiendo o planeando medir el impacto a lo largo de estas tres categorías?	Actualmente midiendo, planeando medir en el futuro, actualmente no está midiendo, planeando medida o no sabe

Por otra parte, el cuestionario destinado para expertos mantiene una estructura y contenido diferentes, debido a que su objetivo pretende viabilizar el estudio del emprendimiento desde una perspectiva con conocimiento y experiencia en la rama. Las preguntas tienen hasta siete opciones de respuesta, las cuales consisten en las siguientes:

1. Completamente falso
2. Más bien falso
3. Ni cierto ni falso
4. Más bien cierto
5. Completamente cierto
6. No lo sé (NS)
7. No aplicable (NA)

Siendo estas las opciones que representan la calificación que el experto otorgue a la pregunta de la encuesta, se puede observar un orden que otorga el valor del criterio o percepción que tiene el individuo, categorizado en siete niveles.

En la Tabla 8 se detallan las preguntas que corresponden al cuestionario destinado para expertos, mediante el que se buscará recopilar la información restante como parte del modelo GEM. Este cuestionario mantiene una división por varias categorías, destacando su variabilidad y amplia diversidad de los elementos por analizar.

**Tabla 8***Cuestionario para Expertos*

Categoría	Preguntas
A (Apoyo Financiero)	<p>A01: En mi CA, hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.</p> <p>A02: En mi CA, hay suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento.</p> <p>A03: En mi CA, hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.</p> <p>A04: En mi CA, hay suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distinto de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento.</p> <p>A05: En mi CA, hay una oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.</p> <p>A06: En mi CA, hay suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento.</p>
B (Políticas Gubernamentales)	<p>B01: En mi CA, las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo, licitaciones o aprovisionamientos públicos).</p> <p>B02: En mi CA, el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal.</p> <p>B03: En mi CA, el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración autonómica.</p> <p>B04: En mi CA, las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.</p> <p>B05: En mi CA, los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.</p> <p>B06: En mi CA, los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.</p> <p>B07: En mi CA, llevar a cabo trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para</p>

Categoría	Preguntas
C (Programas Gubernamentales)	<p>desarrollar empresas nuevas y en crecimiento no representa una especial dificultad.</p> <p>C01: En mi CA, puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público (Ventanilla única).</p> <p>C02: En mi CA, los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.</p> <p>C03: En mi CA, existe un número adecuado de programas que fomenten la creación y el crecimiento de nuevas empresas.</p> <p>C04: En mi CA, los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.</p> <p>C05: En mi CA, casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.</p> <p>C06: En mi CA, los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.</p>
D (Educación y Formación)	<p>D01: En mi CA, en la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.</p> <p>D02: En mi CA, en la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.</p> <p>D03: En mi CA, en la enseñanza primaria y secundaria, se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.</p> <p>D04: En mi CA, las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.</p> <p>D05: En mi CA, la formación en administración, dirección y gestión de empresas proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.</p> <p>D06: En mi CA, los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.</p>

Categoría	Preguntas
E (Transferencia de conocimientos e I + D)	<p>E01: En mi CA, las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.</p> <p>E02: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.</p> <p>E03: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.</p> <p>E04: En mi CA, las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.</p> <p>E05: En mi CA, la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto.</p> <p>E06: En mi CA, existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.</p>
F (Infraestructura comercial y profesional)	<p>F01: En mi CA, existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.</p> <p>F02: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores.</p> <p>F03: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.</p> <p>F04: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.</p> <p>F05: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares).</p>
G (Apertura del mercado interior)	<p>G01: En mi CA, los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro.</p> <p>G02: En mi CA, los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro.</p>

Categoría	Preguntas
H (Acceso a infraestructura física)	G03: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.
	G04: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado.
	G05: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas.
	G06: En mi CA, la legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.
	H01: En mi CA, las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.
	H02: En mi CA, no es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación. (teléfono, internet, etc.).
	H03: En mi CA, una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, internet, etc.).
	H04: En mi CA, las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.).
	H05: En mi CA, una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.
	I (Normas sociales y culturales)
I02: En mi CA, las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal.	
I03: En mi CA, las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial.	
I04: En mi CA, las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	
I05: En mi CA, las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	
K (Percepción de oportunidades de negocio)	K01: En mi CA, hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas.

Categoría	Preguntas
L (Habilidades para crear y desarrollar una nueva empresa)	K02: En mi CA, hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas.
	K03: En mi CA, las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos cinco años.
	K04: En mi CA, es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales.
	K05: En mi CA, hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento.
	L01: En mi CA, mucha gente sabe cómo crear y dirigir una empresa de alto potencial de crecimiento.
M (Motivación para crear una nueva empresa)	L02: En mi CA, mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa.
	L03: En mi CA, mucha gente tiene experiencia en la creación de nuevas empresas.
	L04: En mi CA, mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio.
	L05: En mi CA, mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa.
	M01: En mi CA, la creación de nuevas empresas está considerada como una manera adecuada para hacerse rico.
N (Instituciones, legislación)	M02: En mi CA, la mayoría de la gente considera que convertirse en empresario es una opción profesional deseable.
	M03: En mi CA, los empresarios que tienen éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social.
	M04: En mi CA, es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito.
	M05: En mi CA, la mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos.
	N01: En mi CA, la legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa.
	N02: En mi CA, la legislación sobre derechos de propiedad intelectual se hace cumplir de manera eficaz.
	N03: En mi CA, la venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs y productos registrados no está muy extendida.
	N04: En mi CA, una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas.

Categoría	Preguntas
P (Creación de empresas y mujer)	<p>N05: En mi CA, se acepta en general que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados.</p> <p>P01: En mi CA, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia.</p> <p>P02: En mi CA, crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer.</p> <p>P03: En mi CA, se fomenta entre las mujeres el auto-empleo o la creación de empresas.</p> <p>P04: En mi CA, las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres.</p> <p>P05: En mi CA, las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres.</p>
Q (Empresas de alto potencial de crecimiento)	<p>Q01: En mi CA, existen muchas iniciativas que son especialmente diseñadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo.</p> <p>Q02: En mi CA, los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo.</p> <p>Q03: En mi CA, la gente que trabaja en tema de apoyos a la creación de empresas tiene suficientes habilidades y competencias para proporcionar apoyo a nuevas empresas con alto potencial de crecimiento y desarrollo.</p> <p>Q04: En mi CA, el potencial de rápido crecimiento y desarrollo de las empresas se usa a menudo como criterio de selección de las entidades que son susceptibles de recibir apoyos a la creación empresarial.</p> <p>Q05: En mi CA, el apoyo a las empresas de rápido crecimiento es un tema prioritario de la política pública de creación de empresas.</p>
Preguntas abiertas	<p>a) Por favor, cite 3 factores que, en su opinión, están frenando la actividad emprendedora en su CA, incluyendo tanto la creación de nuevas empresas como la generación de nuevos proyectos innovadores en las empresas existentes y diga por qué.</p> <p>b) Por favor, cite 3 factores que, en su opinión, están favoreciendo la actividad emprendedora en su CA, incluyendo tanto la creación de nuevas empresas como la generación de nuevos proyectos</p>

Categoría	Preguntas
Datos demográficos	<p>innovadores en las empresas existentes y diga por qué.</p> <p>c) Finalmente, proponga 3 medidas que usted adoptaría para incrementar la actividad emprendedora en su CA y diga por qué.</p> <p>Género, año de nacimiento, grado de formación académica, año que concluyó los estudios más recientes, áreas de especialización profesional, responsabilidades en el puesto actual, cuántos años lleva trabajando en su actual empresa/entidad, cuántos años lleva trabajando en su actual puesto profesional, cuántos años, en total, ha trabajado en temas relacionados con la creación/dirección de empresas/entidades, en qué ámbitos de la creación de empresa tiene usted mayor conocimiento o experiencia, y cuál de las siguientes opciones se ajusta mejor a su perfil: Emprendedor/Empresario; Inversor, intermediario, financiero, banquero; Diseñador, ejecutor de políticas públicas; Proveedor de servicios y apoyo a la empresa; u Otro (especificar).</p>

Una vez que se realizó el recorrido para la realización de las encuestas, los datos fueron tabulados manualmente en el software SPSS de IBM, aplicativo que resulta recomendable para llevar a cabo análisis estadístico sobre grandes cantidades de información, y particularmente para un escenario como el actual, dentro del que se requiere obtener resultados específicos para sustentar el análisis de los datos recogidos.

Con la tabulación de las respuestas recibidas en los cuestionarios, realizada en el sistema estadístico propuesto, los resultados obtenidos para cada una de las preguntas planteadas en el instrumento se han exportado desde el aplicativo SPSS, para ser mostradas detalladamente desde la Tabla 9 a la Tabla 19, y adicionalmente, ilustradas en términos de proporciones desde la Figura 4 a la Figura 14; según corresponda a continuación:

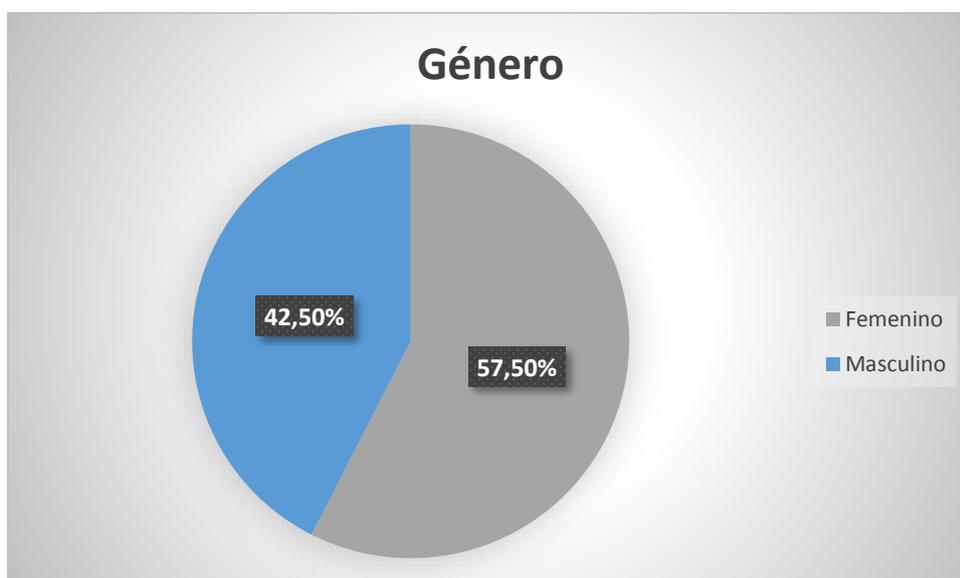
**Tabla 9**

*Resultados de Género*

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	69	57,5	57,5	57,5
	Masculino	51	42,5	42,5	100,0
Total		120	100,0	100,0	

**Figura 4**

*Representación Porcentual del Género*



Para empezar, los resultados en esta interrogante de la proporción de género que existe en las actividades emprendedoras en el cantón demuestran que el 57.5% de los emprendedores encuestados corresponden al género femenino, mientras que el 42.5% del grupo restante es del género masculino. Esta distribución refleja una participación notable de mujeres en el ámbito emprendedor, dejando claro la creciente influencia y contribución de la

generación de nuevas iniciativas emprendedoras, y que a la vez se traduce en un panorama empresarial positivo para el cantón Marcelino Maridueña en desde la perspectiva del estudio.

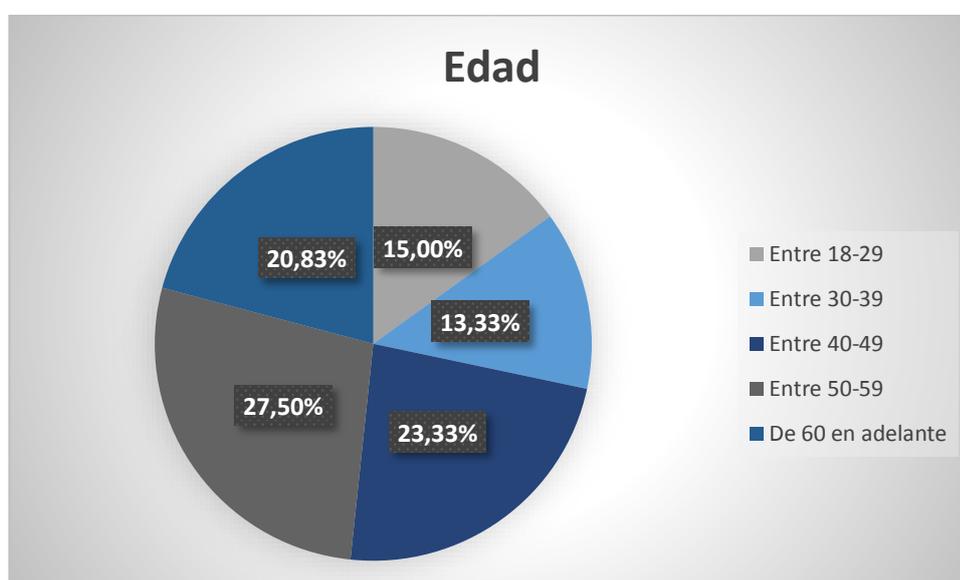
**Tabla 10**

*Resultados de Edad*

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entre 18-29	18	15,0	15,0	15,0
	Entre 30-39	16	13,3	13,3	28,3
	Entre 40-49	28	23,3	23,3	51,7
	Entre 50-59	33	27,5	27,5	79,2
	De 60 en adelante	25	20,8	20,8	100,0
Total		120	100,0	100,0	

**Figura 5**

Representación Porcentual Edad



Los datos revelan que el grupo de edades de 18 a 29 años constituye el 15% del total de emprendimientos encuestados, mientras que el rango de 30 a 39 años representa el 13.3%. Además, se destaca la presencia de emprendimientos entre las edades de 40 a 49 años, que corresponde al 23.3% del total, y el grupo de 50 a 59 años, que ocupa un notable 27.5%. Así mismo, se observa que el 20.8% de los emprendimientos encuestados pertenece a emprendedores de 60 años en adelante.

De esto se puede resaltar que una gran proporción de los emprendimientos han sido impulsados por personas adultas desde los 40 años en adelante, lo que demuestra una baja participación de los adultos jóvenes con respecto a la actividad emprendedora.

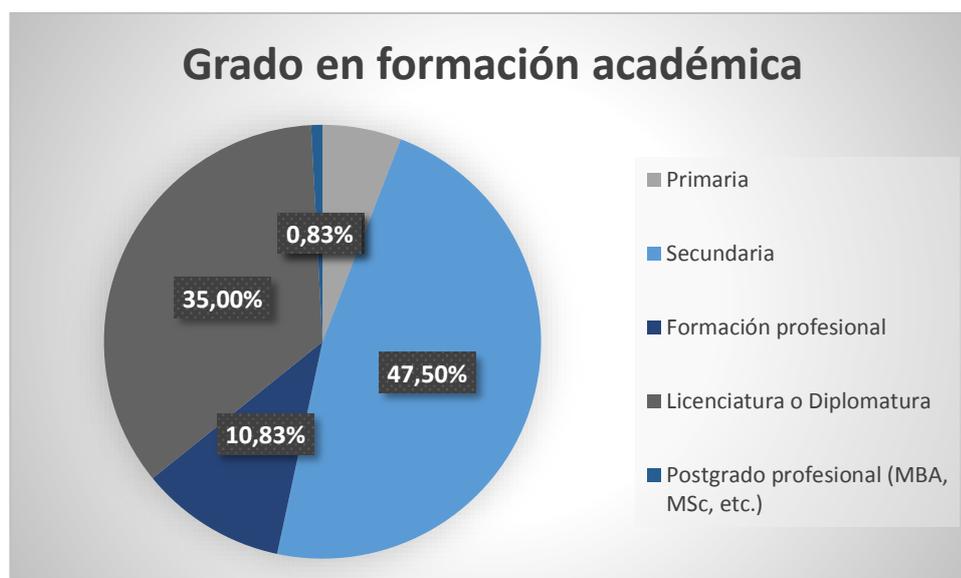
**Tabla 11**

*Resultados del Grado en Formación Académica*

Grado en formación académica				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	7	5,8	5,8	5,8
Secundaria	57	47,5	47,5	53,3
Formación profesional	13	10,8	10,8	64,2
Licenciatura o Diplomatura	42	35,0	35,0	99,2
Postgrado profesional (MBA, MSc, etc.)	1	,8	,8	100,0
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Figura 6**

*Representación porcentual de la Formación Académica*



Respecto de la formación académica de los emprendedores, se observa una diversidad en cuanto a su nivel de formación académica. De la totalidad de emprendedores encuestados, el 5.8% ha completado estudios de educación primaria, mientras que un significativo 47.5% ha culminado la educación secundaria. Por otro lado, se destaca la presencia del 10.8% de emprendedores que han obtenido formación profesional específica en sus campos de interés.

Además, la encuesta revela que un considerable 35% de los emprendedores encuestados posee títulos de licenciatura o diplomatura, lo que indica un compromiso con la educación de nivel superior. Cabe mencionar que el 0.8% de los emprendedores cuenta con formación académica a nivel de postgrado profesional.

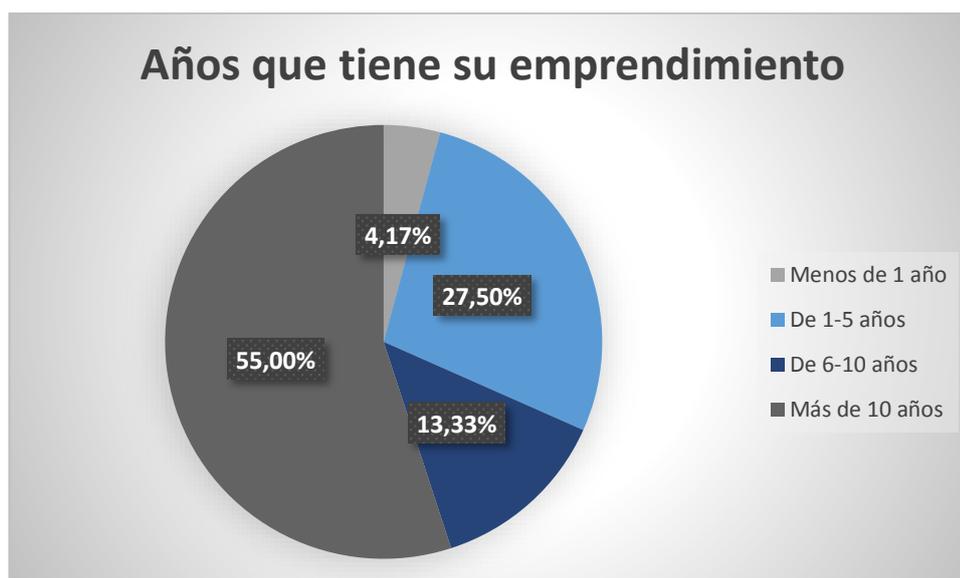
**Tabla 12**

*Resultados de Años que tiene el Emprendimiento*

		Años que tiene su emprendimiento			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 1 año	5	4,2	4,2	4,2
	De 1-5 años	33	27,5	27,5	31,7
	De 6-10 años	16	13,3	13,3	45,0
	Más de 10 años	66	55,0	55,0	100,0
Total		120	100,0	100,0	

**Figura 7**

*Representación Porcentual para el Tiempo de Existencia del Negocio*



El sondeo para este aspecto revela que el 4.2% ha establecido sus negocios en el último año, lo que refleja una incursión reciente en el mundo empresarial. Además, un significativo 27.5% tiene una trayectoria de uno a cinco años en sus operaciones, indicando una consolidación en la etapa inicial

de su negocio, mientras que el 13.3% ha mantenido sus negocios durante un período de seis a diez años, lo que resalta su capacidad para mantener una presencia sostenida en el mercado. No obstante, es notable que la mayoría, un 55% de los emprendedores, ha logrado mantener sus negocios durante más de diez años, lo que refleja una notoria permanencia en la industria y una habilidad para sortear desafíos a largo plazo.

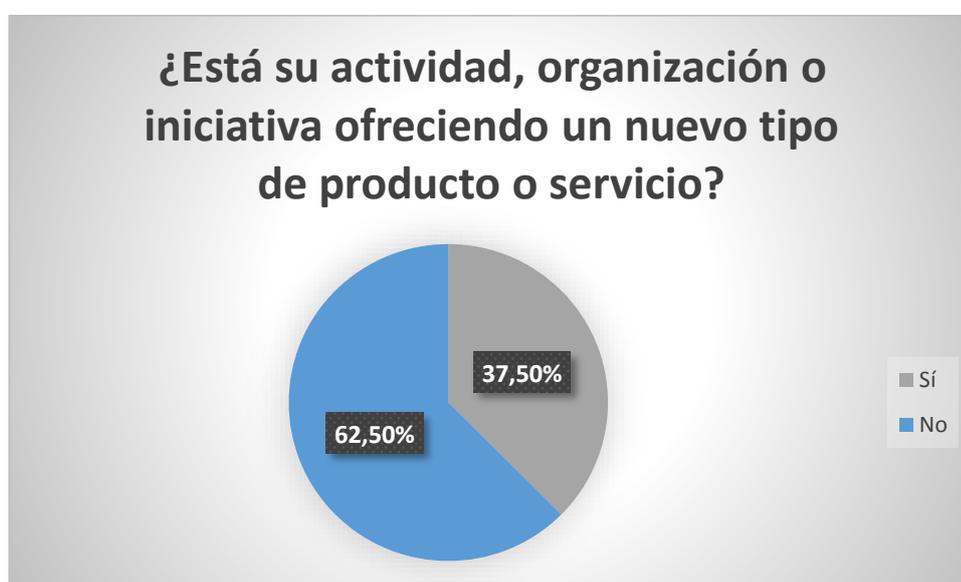
**Tabla 13**

*Resultados de Nuevos Productos o Servicios*

¿Está su actividad, organización o iniciativa ofreciendo un nuevo tipo de producto o servicio?				
Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Sí	45	37,5	37,5
	No	75	62,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0

**Figura 8**

*Representación Porcentual de Nuevos Productos o Servicios*



Para este punto, los resultados demuestran que, del total de emprendedores encuestados, el 37.5% ha optado por ampliar su oferta a través de la introducción de productos o servicios novedosos en el mercado. Esta elección revela una mentalidad proactiva hacia la innovación y la adaptación a las demandas cambiantes de los consumidores.

Sin embargo, es relevante señalar que la mayoría, un 62.5% de los emprendedores, ha optado por no incursionar en la oferta de nuevos productos o servicios en este momento. Esta elección puede reflejar diversas consideraciones, por ejemplo, la consolidación de la oferta que disponen actualmente, o la preferencia por mejorar solo lo existente antes de expandirse hacia nuevos horizontes para innovar con productos y servicios más avanzados y específicos, dando la posibilidad a las autoridades de trabajar iniciativas de este tipo.

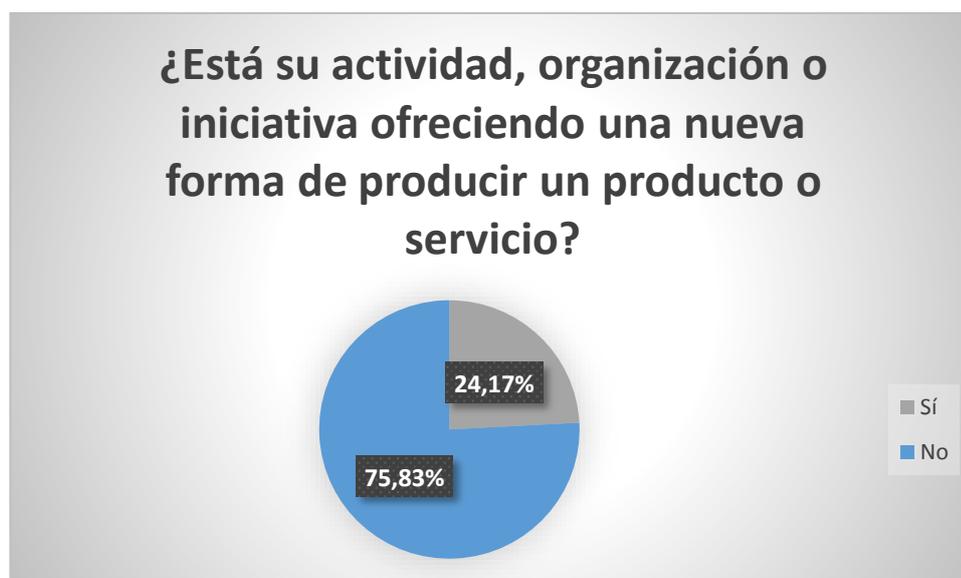
**Tabla 14**

*Resultados de Nuevas formas de Producir*

¿Está su actividad, organización o iniciativa ofreciendo una nueva forma de producir un producto o servicio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	29	24,2	24,2	24,2
	No	91	75,8	75,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

**Figura 9**

*Representación Porcentual de Nuevas formas de Producir*



En la medición de la aplicación de nuevas formas de generar productos o servicios, se encontró que el 24.17% de los encuestados ha optado por innovar en sus procesos de producción, a través de la incorporación de nuevas y más eficientes metodologías para la creación de sus productos o la prestación de sus servicios en el cantón Marcelino Maridueña. Esta decisión sugiere que existe una proporción del grupo con una disposición hacia la mejora continua y la optimización en sus operaciones.

No obstante, es relevante destacar que una mayoría significativa, el 75.83% de los emprendedores, ha optado por no implementar nuevas formas de producción en su negocio en este momento. Esta elección puede ser motivada por diversas consideraciones, como la consolidación de los procesos actuales o la adaptación de nuevas formas a sus operaciones existentes.

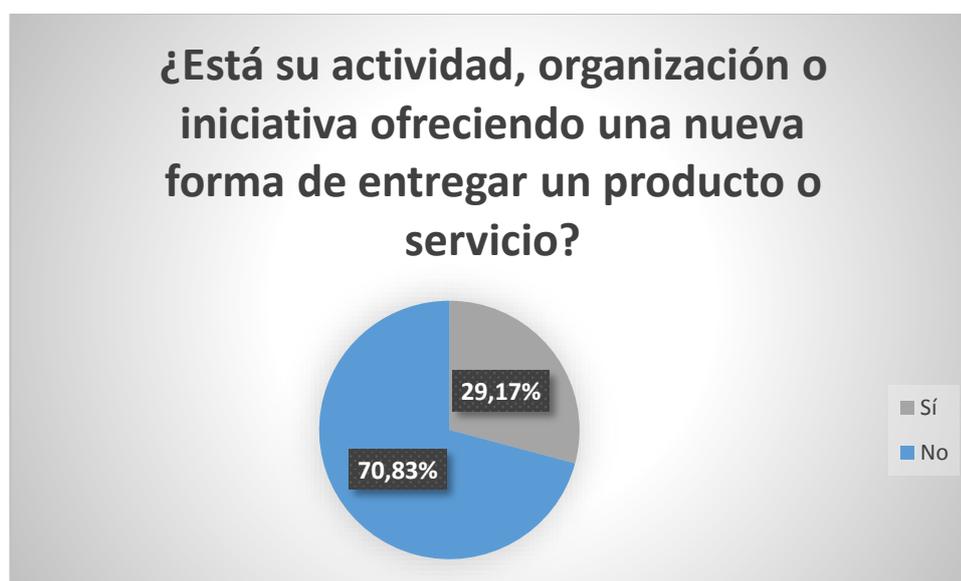
**Tabla 15**

*Resultados de Forma de entregar Producto o Servicio*

¿Está su actividad, organización o iniciativa ofreciendo una nueva forma de entregar un producto o servicio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	35	29,2	29,2	29,2
	No	85	70,8	70,8	100,0
Total		120	100,0	100,0	

**Figura 10**

*Representación Porcentual de Nueva Forma de entregar producto o servicio*



En este aspecto, se evidencia que un 71% de la muestra respondió efectivamente que ofrecen nuevas formas de entregar el producto o servicio. En un contrapunto, un segmento minoritario, equivalente al 29% de los emprendedores examinados, aún no desarrollan esta iniciativa, continúan con la forma tradicional de entrega.

Las conversaciones directas y en profundidad mantenidas con los protagonistas del segmento emprendedor han arrojado información reveladora, y es precisamente una tendencia preponderante hacia la adopción de una estrategia de entrega a través del formato domiciliario, el cual tuvo su mayor presencia desde la pandemia, hasta la actualidad.

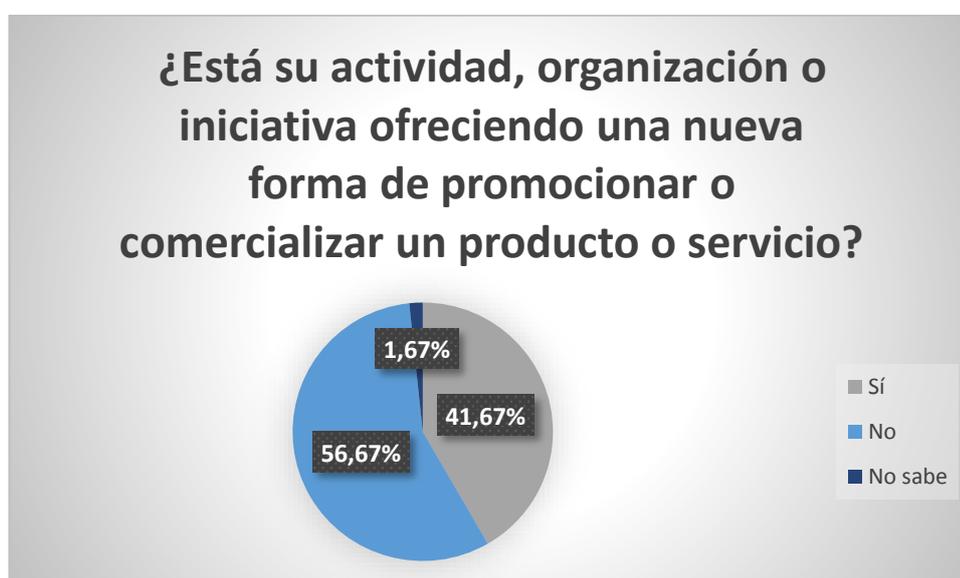
**Tabla 16**

*Resultados de Nueva Forma de Promoción o Comercialización*

¿Está su actividad, organización o iniciativa ofreciendo una nueva forma de promocionar o comercializar un producto o servicio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	50	41,7	41,7	41,7
	No	68	56,7	56,7	98,3
	No sabe	2	1,7	1,7	100,0
Total		120	100,0	100,0	

**Figura 11**

*Representación Porcentual de Nueva Forma de Promoción*



El 56% de los emprendedores del Cantón Coronel Marcelino Maridueña, comentan que no han desarrollado una nueva forma de promocionar o comercializar sus productos o servicios, mientras que el 42% sí lo han aplicado. También existe un 2% que desconoce de este término, lo cual abre la oportunidad para enfocar posibles propuestas.

**Tabla 17**

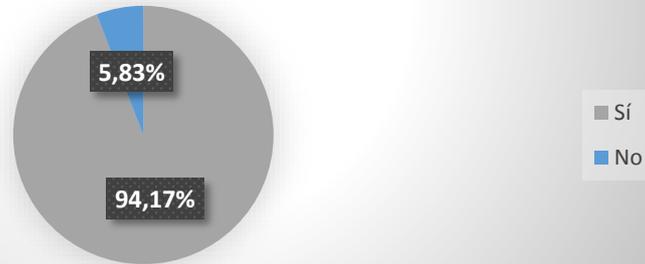
*Resultados de Nicho de Mercado, Cliente Nuevo o Desatendido*

¿Está su actividad, organización o iniciativa atendiendo un nicho de mercado o cliente nuevo o hasta ahora desatendido?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	113	94,2	94,2	94,2
	No	7	5,8	5,8	100,0
Total		120	100,0	100,0	

**Figura 12**

*Representación Porcentual de Nicho de Mercado, Cliente Nuevo o Desatendido*

**¿Está su actividad, organización o iniciativa atendiendo un nicho de mercado o cliente nuevo o hasta ahora desatendido?**



El 94% de los emprendedores del Cantón Coronel Marcelino Maridueña se encuentra atendiendo a nuevos clientes dentro de sus negocios, lo cual les está dando la oportunidad de tener un mayor desenvolvimiento en el mercado que desarrollan sus actividades. Por otro lado, el 6% de la muestra seleccionada se mantiene con sus clientes fijos sin tener un nicho de mercado nuevo, lo cual les ocasiona una desventaja al no estar presente en nuevas personas que podrían estar interesadas en el producto o servicio que ofertan.

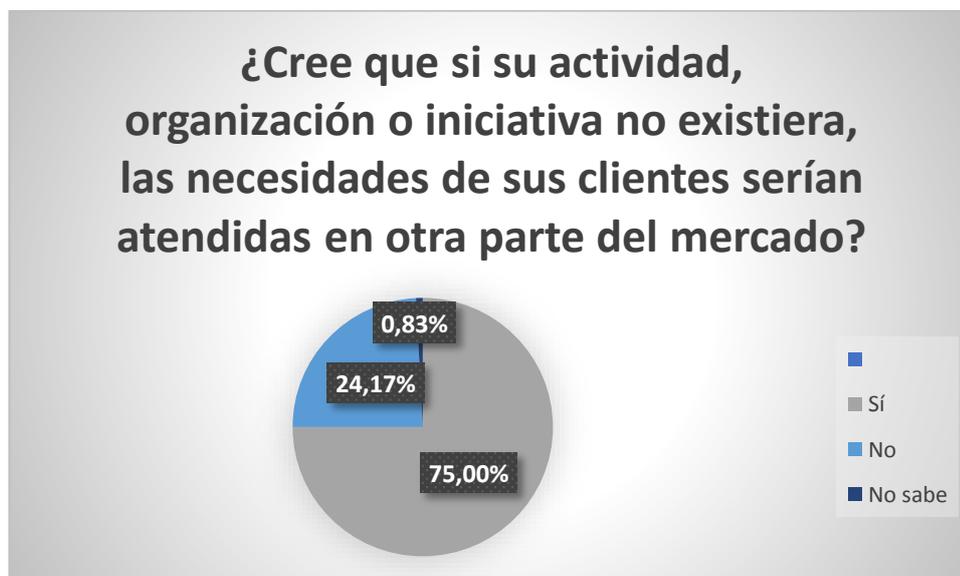
**Tabla 18**

*Resultados de Atención de Necesidades*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	90	75,0	75,0	75,0
	No	29	24,2	24,2	99,2
	No sabe	1	,8	,8	100,0
Total		120	100,0	100,0	

**Figura 13**

*Representación Porcentual de Atención de Necesidades*



Con los presentes resultados, se evidencia que el 75% de los emprendimientos del Cantón Coronel Marcelino Maridueña podrían ser sustituidos por otros, en cuanto a satisfacer las necesidades de sus clientes, esto, en vista de que existen muchos negocios que con frecuencia se dedican al mismo tipo de comercio. Mientras que el 24% mantienen que otro emprendimiento no atendería las necesidades de sus clientes, y en las entrevistas cara a cara manifestaron que parte de ello, es por la experiencia que le brindan al cliente. Finalmente existe un 1% que no sabe a ciencia cierta acerca de si existiera o no, otro negocio donde sus clientes puedan acudir en buscar de atender sus propias necesidades.

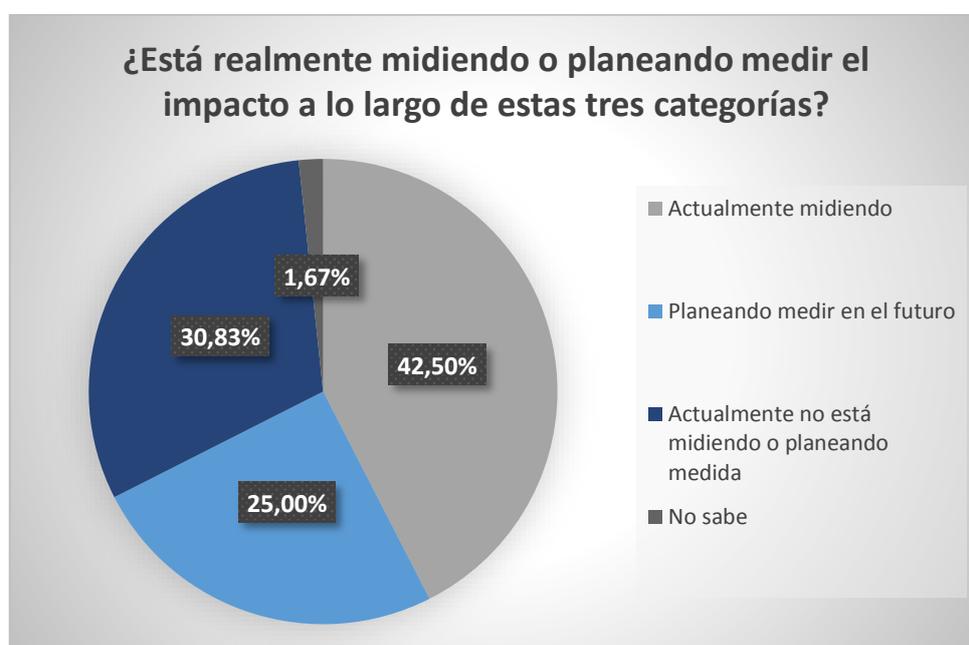
**Tabla 19**

*Resultados de Medida del Impacto*

¿Está realmente midiendo o planeando medir el impacto a lo largo de estas tres categorías?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Actualmente midiendo	51	42,5	42,5	42,5
Planeando medir en el futuro	30	25,0	25,0	67,5
Actualmente no está midiendo o planeando medida	37	30,8	30,8	98,3
No sabe	2	1,7	1,7	100,0
Total	120	100,0	100,0	

**Figura 14**

*Representación Porcentual de Medida del Impacto*



En este aspecto, se han presentado varias opiniones en cuanto a la medición del impacto en las categorías económicas, ambientales y sociales como objetivos dentro de los emprendimientos del Cantón Coronel Marcelino Maridueña. Es así que un 43% se encuentra actualmente midiendo estos objetivos para sus negocios, el 31% no se encuentra midiendo en la actualidad ni planeando medirla, y esto debido a que en las entrevistas cara a cara se evidenciaba que esto apunta mucho a los emprendimientos de personas mayores de 50 años, quienes ya por muchos años han tenido establecidos sus negocios y consideran que lo seguirán llevando a cabo sin medirlo, puesto que no ha sido una estrategia que jamás hayan tomado y tampoco lo harán.

Por otra parte, si bien es cierto que hay un 25% que en la actualidad no se encuentra midiendo, sí lo planean hacer en el futuro; aquí surge una nueva oportunidad de propuesta, en donde incluir esfuerzos para brindarles guía a los emprendedores que tienen como prioridad conocer el avance de sus negocios a través de la medida de sus objetivos. Finalmente, un 2% no sabe acerca del tema de medir y llevar un control de estos objetivos antes mencionados, en lo cual también se plantearán propuestas como sugerencia para mejorar estos aspectos.

A continuación, se presenta en detalle las preguntas elaboradas a los expertos del cantón, y de manera conjunta sus respuestas; esto como parte del modelo que propone el Global Entrepreneurship Monitor y se ha aplicado en la presente investigación. De la misma forma, se explica tal como fue mencionado a los expertos el tema de las valoraciones en su respuesta, que fue la siguiente: (1) Completamente falso, (2) Más bien falso, (3) Ni cierto, ni falso, (4) Más bien cierto, (5) Completamente cierto, (NS) No lo sé, (NA) No

aplicable. Y para el caso de las veces donde se mencionará a la Comunidad Autónoma será (CA), en este caso haciendo referencia al Cantón Coronel Marcelino Maridueña. A continuación, los resultados:

**Tabla 20**

*Resultados de Apoyo financiero*

<b>Apoyo Financiero</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
A01: En mi CA, hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.	2	3
A02: En mi CA, hay suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento.	2	2
A03: En mi CA, hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.	2	3
A04: En mi CA, hay suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distinto de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento.	2	3
A05: En mi CA, hay una oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.	2	2
A06: En mi CA, hay suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento.	2	2

**Tabla 21***Resultados de Políticas Gubernamentales*

<b>Políticas Gubernamentales</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
B01: En mi CA, las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo licitaciones o aprovisionamientos públicos).	2	5
B02: En mi CA, el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal.	2	3
B03: En mi CA, el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración autonómica.	4	4
B04: En mi CA, las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.	5	5
B05: En mi CA, los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.	5	5
B06: En mi CA, los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.	5	4
B07: En mi CA, llevar a cabo trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento no representa una especial dificultad.	5	5

**Tabla 22***Resultados de Programas Gubernamentales*

<b>Programas Gubernamentales</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
C01: En mi CA, puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público (Ventanilla única).	2	NA
C02: En mi CA, los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	2	NA
C03: En mi CA, existe un número adecuado de programas que fomenten la creación y el crecimiento de nuevas empresas.	2	4
C04: En mi CA, los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.	NS	NA
C05: En mi CA, casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.	NS	3
C06: En mi CA, los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.	NS	3

**Tabla 23***Resultados de Educación y Formulación*

<b>Educación y Formación</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
D01: En mi CA, en la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	2	5
D02: En mi CA, en la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.	1	4
D03: En mi CA, en la enseñanza primaria y secundaria, se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.	1	4

<b>Educación y Formación</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
D04: En mi CA, las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	3	NA
D05: En mi CA, la formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	NS	3
D06: En mi CA, los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	NS	3

**Tabla 24**

*Resultados de Transferencia de Conocimientos*

<b>Transferencia de conocimientos</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
E01: En mi CA, las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.	1	NA
E02: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.	1	3
E03: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.	2	2
E04: En mi CA, las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.	NA	2
E05: En mi CA, la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto.	3	4
E06: En mi CA, existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.	2	3

**Tabla 25***Resultados de Infraestructura Comercial y Profesional*

<b>Infraestructura comercial y profesional</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
F01: En mi CA, existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.	NS	3
F02: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores.	NS	2
F03: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.	2	2
F04: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.	4	3
F05: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares).	3	4

**Tabla 26***Resultados de Apertura del Mercado Interior*

<b>Apertura del mercado interior</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
G01: En mi CA, los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	5	2
G02: En mi CA, los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	5	2
G03: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.	2	3
G04: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado.	2	4
G05: En mi CA, las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas.	2	5
G06: En mi CA, la legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.	2	5

**Tabla 27***Resultados de Acceso a Infraestructura Física*

<b>Acceso a infraestructura física</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
H01: En mi CA, las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.	5	5
H02: En mi CA, no es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación. (teléfono, internet, etc.).	4	5
H03: En mi CA, una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, internet, etc.).	5	5
H04: En mi CA, las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.).	5	5
H05: En mi CA, una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.	5	4

**Tabla 28***Resultados de Normas Sociales y Culturales*

<b>Normas sociales y culturales</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
I01: En mi CA, las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	2	5
I02: En mi CA, las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal.	3	5
I03: En mi CA, las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial.	4	3
I04: En mi CA, las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	4	4
I05: En mi CA, las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	5	3

**Tabla 29***Resultados de Percepción de Oportunidades de Negocio*

<b>Percepción de oportunidades de negocio</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
K01: En mi CA, hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas.	1	4
K02: En mi CA, hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas.	1	4
K03: En mi CA, las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos cinco años.	1	4
K04: En mi CA, es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales.	1	3
K05: En mi CA, hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento.	1	3

**Tabla 30***Resultados de Habilidades para Crear y Desarrollar una Nueva Empresa*

<b>Habilidades para crear y desarrollar una nueva empresa</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
L01: En mi CA, mucha gente sabe cómo crear y dirigir una empresa de alto potencial de crecimiento.	3	3
L02: En mi CA, mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa.	4	3
L03: En mi CA, mucha gente tiene experiencia en la creación de nuevas empresas.	2	3
L04: En mi CA, mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio.	3	3
L05: En mi CA, mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa.	1	3

**Tabla 31***Resultados de Motivación para Crear una Nueva Empresa*

<b>Motivación para crear una nueva empresa</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
M01: En mi CA, la creación de nuevas empresas está considerada como una manera adecuada para hacerse rico.	3	3
M02: En mi CA, la mayoría de la gente considera que convertirse en empresario es una opción profesional deseable.	5	3
M03: En mi CA, los empresarios que tienen éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social.	3	5
M04: En mi CA, es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito.	4	4
M05: En mi CA, la mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos.	5	4

**Tabla 32***Resultados de Instituciones, Legislación*

<b>Instituciones, legislación</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
N01: En mi CA, la legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa.	NS	3
N02: En mi CA, la legislación sobre derechos de propiedad intelectual se hace cumplir de manera eficaz.	2	4
N03: En mi CA, la venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs y productos registrados no está muy extendida.	1	4
N04: En mi CA, una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas.	1	5
N05: En mi CA, se acepta en general que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados.	5	5

**Tabla 33***Resultados de Creación de Empresas y Mujer*

<b>Creación de empresas y mujer</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
P01: En mi CA, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia.	5	5
P02: En mi CA, crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer.	5	5
P03: En mi CA, se fomenta entre las mujeres el auto-empleo o la creación de empresas.	5	4
P04: En mi CA, las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres.	5	5
P05: En mi CA, las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres.	5	5

**Tabla 34***Resultados de Empresas de Alto Potencial de Crecimiento*

<b>Empresas de alto potencial de crecimiento</b>	<b>Exp 1</b>	<b>Exp 2</b>
Q01: En mi CA, existen muchas iniciativas que son especialmente diseñadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	1	5
Q02: En mi CA, los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	5	5
Q03: En mi CA, la gente que trabaja en tema de apoyos a la creación de empresas tiene suficientes habilidades y competencias para proporcionar apoyo a nuevas empresas con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	2	3
Q04: En mi CA, el potencial de rápido crecimiento y desarrollo de las empresas se usa a menudo como criterio de selección de las entidades que son susceptibles de recibir apoyos a la creación empresarial.	3	3
Q05: En mi CA, el apoyo a las empresas de rápido crecimiento es un tema prioritario de la política pública de creación de empresas.	2	4

## **Capítulo IV: Propuesta**

En el marco de esta investigación, se ha pretendido buscar respuestas que estén a la altura de una caracterización apropiada de emprendimientos en el cantón Marcelino Maridueña. Repasando algunos de los aspectos encontrados, se han detectado que las variables con mayor influencia en los emprendedores es la tasa de propietarios de negocios establecidos, en cuanto al género, la edad; adicional a esta, otro aspecto importante que se ha tomado en consideración ha sido la innovación y dinamismo emprendedor, de la cual se han evidenciado aspectos importantes a considerar para la elaboración de la propuesta de la presente investigación, finalmente otro elemento analizado ha sido la percepción de las capacidades, a través de la formación que tienen los emprendedores.

Con respecto al género, se puede percibir un panorama interesante en cuanto a la representación proporcional de hombres y mujeres. Si bien existe una mayor proporción de emprendedores de género femenino, no es tan lejano interpretar una presencia equitativa de género con estos resultados.

La presencia equitativa de género en el análisis de las entrevistas puede ser indicativa de cambios positivos en la percepción y las oportunidades para las emprendedoras femeninas, destacando la importancia de continuar fomentando un ambiente inclusivo y propicio para el emprendimiento en ambos géneros.

Del tema de la edad, la distribución demográfica encontrada ofrece una visión integral de la variabilidad en las etapas de vida en las que los emprendedores están abordando proyectos innovadores. Estos resultados resaltan la participación y comprometida de emprendedores de distintas

generaciones en la creación y gestión de negocios. La amplia representación en diversas edades sugiere que el emprendimiento es una vía viable para personas de todas las etapas de la vida, lo que subraya la importancia de diseñar políticas y recursos que atiendan las necesidades y aspiraciones de emprendedores de todas las edades.

En lo que respecta al grado de formación académica de la población, se puede apreciar la variedad de formaciones que ha acompañado a los encuestados a lo largo del camino hasta llegar a ser protagonistas en el ámbito emprendedor. La presencia de emprendedores con diferentes niveles de educación sugiere que el emprendimiento no está restringido por el nivel educativo y que individuos con diversas trayectorias académicas pueden desempeñar un papel activo en la generación de innovación y desarrollo económico.

Los resultados referentes al tiempo de existencia de los emprendimientos en el cantón, se encontró una variedad de experiencias temporales en el marco de la actividad emprendedora, desde nuevos participantes hasta aquellos con décadas de experiencia. Esta variabilidad en la duración de los negocios resalta la importancia de estrategias y políticas que brinden apoyo tanto a emprendimientos incipientes como a empresas establecidas, contribuyendo al fortalecimiento y la resiliencia del ecosistema empresarial en su conjunto.

En cuanto a la expansión de la oferta de productos y servicios, se evidenció un significativo grupo de emprendedores que optan por mantener su enfoque actual, lo que sugiere la importancia de la estrategia y la consideración cuidadosa al tomar decisiones de negocio. La variación en las

decisiones tomadas por los emprendedores refleja la riqueza de perspectivas y enfoques en el mundo empresarial, contribuyendo a la diversidad y el dinamismo del ecosistema emprendedor.

Estos resultados enfatizan la variedad de enfoques que los emprendedores adoptan en su búsqueda de la eficiencia y la innovación en la producción. La presencia de emprendedores que han optado por no cambiar sus métodos actuales subraya la importancia de la evaluación cuidadosa y las decisiones fundamentadas en la adopción de nuevas prácticas. La diversidad en las decisiones tomadas muestra la importancia de las perspectivas y enfoques en el mundo emprendedor, enriqueciendo la dinámica y la versatilidad del ecosistema empresarial.

Como referencia del modelo de caracterización de los emprendimientos del Cantón Coronel Marcelino Maridueña, se ha decidido definirlo con el nombre de perfil emprendedor marcelinense, el cual se lo ve reflejado de la siguiente forma: género equilibrado con tendencia mayoritaria femenina, edad 50 a 59 años, la secundaria como mayor respuesta en grado de formación académica, poseen más de 10 años con sus emprendimientos, se encuentran ofreciendo el mismo tipo de producto o servicio que otros emprendimientos, están tratando de implementar una nueva forma de entregar el producto, en la actualidad no ocurre pero está la iniciativa, la opinión se encuentra dividida entre promocionar de forma renovada y mantenerse con lo tradicional o no promocionar, en la actualidad se encuentran midiendo el impacto de sus emprendimientos. En cuanto a la parte gubernamental, se reflejó que les brindan las facilidades para que los emprendedores en el menor tiempo posible realicen sus trámites de iniciar su giro de negocio, temas de

infraestructura, que en conjunto dan las facilidades a los marcelinenses que desean dar apertura sus negocios y lo puedan realizar con la mayor eficacia.

De esta manera, al haber detallado las situaciones encontradas en la presente investigación, es necesario plantearse propuestas que ayuden a tener un mejor desarrollo en el ámbito emprendedor del Cantón Coronel Marcelino Maridueña. Por lo cual, en vista del escaso nivel de conocimiento sobre temas del planteamiento, se propone el apoyo de la academia como fuente de conocimiento y el desarrollo de emprendimientos, sin dejar a un lado el respaldo gubernamental que se sugiere vayan de manera conjunta.

Un claro ejemplo es la formación y capacitación alineada a las necesidades de los emprendedores, como oferta de cursos, talleres, con detalle en investigación de mercado, como herramienta en el progreso de sus negocios, y desarrollo de sus habilidades para una exitosa gestión en cada emprendimiento.

Es importante también que, como consecuencia de lo explorado y descubierto del presente estudio, los intentos de promover los aspectos del emprendimiento se ajusten al marco de la literatura existente, acompañados del conocimiento académico. Esto quiere decir que puede resultar aún más enriquecedor para el conocimiento de la materia el ampliar la interpretación y práctica de los conceptos mediante una serie de acciones de parte de la entidad respectiva para fomentar nuevas investigaciones.

Por consiguiente, tomando en consideración los hallazgos de la presente investigación, además de la literatura en la que se apoyan los métodos y herramientas empleadas en el desarrollo del estudio y la consecución de resultados, se propone la aplicación de una iniciativa que

involucre el fomento del emprendimiento y fortalecimiento de su ecosistema en la localidad. En primer lugar, se continuará apuntando a fomentar la participación activa de emprendedoras femeninas, debido a su papel fundamental en el tejido empresarial. De requerirse, se pueden llevar a cabo programas de capacitación y mentoría específicos para mujeres emprendedoras, como apoyo.

La iniciativa incluye también la creación de una incubadora de emprendimiento temprano para alentar la actividad emprendedora entre jóvenes talentos. Esta incubadora facilitará recursos, asesoría y oportunidades de financiamiento a emprendedores jóvenes, para fomentar la innovación desde edades tempranas. Esta gestión puede apoyarse mediante el patrocinio del sector público y privado, a través de la creación de un consejo o comité que reúna a líderes empresariales, representantes del municipio y emprendedores para diseñar políticas públicas y estrategias que fortalezcan el ecosistema emprendedor.

Por último, con esta iniciativa se pretende abordar la necesidad de reforzar la innovación en los emprendimientos con la disponibilidad de un centro de innovación y desarrollo. Esto servirá como espacio de co-creación, donde los emprendedores podrán acceder a tecnologías avanzadas, investigación de mercado y apoyo técnico para potenciar la innovación en sus proyectos.

## **Conclusiones y Recomendaciones**

En el desarrollo de esta investigación, se ha buscado con determinación obtener respuestas de carácter contextual que aporten una caracterización a los emprendimientos que se encuentran en el Cantón Coronel Marcelino Maridueña. El análisis de los componentes revelados ha permitido identificar variables de notable trascendencia, donde las cifras en torno a la tasa de dueños de negocios consolidados, así como los aspectos de género y edad, han sido de importante revelación. Un punto clave y con bastante enfoque hacia el tema de los emprendimientos ha sido considerar la esencia misma de la innovación y la dinámica emprendedora, cuyos rasgos junto a la capacidad en conocimiento de estos temas por parte de la población de estudio, han sido evidenciados como pilares sustantivos para la futura formulación de la propuesta de investigación.

En lo concerniente a la dimensión de género, se revela un panorama que denota una proporción significativa de emprendedores de género femenino. No obstante, se observa que sí hay la posibilidad de interpretar una presencia equitativa de género en estos resultados. Esta equidad que ha sido revelada durante la investigación, en el análisis de las entrevistas puede ser considerada un reflejo positivo de los pensamientos transformacionales que se están operando en las percepciones para las emprendedoras femeninas y en las oportunidades que también para ellas puedan desarrollarse. Esta constatación resalta con determinación la continua necesidad de cultivar un entorno inclusivo y propicio para el desarrollo del emprendimiento en ambas vertientes de género.

De igual manera, el aspecto demográfico relacionado con la variable de la edad da una visión diversificada de las etapas esenciales donde los emprendedores deciden iniciar sus proyectos anhelados. Esta distribución tan heterogénea resalta con firmeza la participación dinámica y enérgica de emprendedores de diferentes generaciones en la génesis y dirección de empresas. De esta manera, sugiriendo que el emprendimiento es una senda abierta y viable para individuos en cualquier fase de la vida, lo que hace hincapié además en la necesidad de establecer políticas y recursos que sean receptivos a las aspiraciones y requerimientos de emprendedores de todas las edades.

En cuanto a la amplitud de la formación académica de los involucrados, se desprende una variopinta gama de trayectorias educativas que han acompañado a los encuestados en su tránsito hacia la prominencia en el campo emprendedor. La presencia de emprendedores con niveles educativos distintos permite inferir que el camino hacia el emprendimiento no se ve restringido por el nivel de educación, y que personas con distintos perfiles académicos pueden contribuir a la gestación de innovación y al enriquecimiento económico.

Los hallazgos relacionados a la edad de los emprendimientos en el cantón, por su parte, pintan un paisaje lleno de variaciones temporales en el contexto de la actividad emprendedora, abarcando desde recién llegados hasta figuras con décadas de experiencia. Esta heterogeneidad en cuanto a la duración de los negocios acentúa la importancia de implementar estrategias y políticas que provean apoyo tanto a los emprendimientos incipientes como

a las empresas ya establecidas. Esta variedad en el tiempo de existencia reafirma el fortalecimiento del ecosistema empresarial de la localidad.

Con respecto a la ampliación de la oferta de productos y servicios, se observa un grupo de emprendedores que optan por conservar su enfoque actual, insinuando la relevancia de una estrategia consciente y un análisis ligado a la toma de decisiones con fines comerciales. La variabilidad de elecciones emprendidas por los actores en el escenario empresarial enfatiza la riqueza de perspectivas y enfoques existentes en este ámbito, contribuyendo de forma notable a la diversidad y vitalidad del entorno emprendedor.

En conclusión, esta serie de resultados enfatizan de manera sólida la pluralidad de enfoques que los emprendedores adoptan en la búsqueda de la excelencia y la innovación en la producción. La presencia de emprendedores que optan por mantener sus metodologías actuales subraya la importancia de una evaluación atenta y decisiones informadas al abrazar nuevas prácticas. Esta multiplicidad en las elecciones tomadas resalta la riqueza intrínseca de perspectivas y enfoques presentes en el ámbito emprendedor, dotando de vitalidad y versatilidad al enjambre empresarial. En última instancia, estos descubrimientos nutren el panorama de propuestas para la mejora del ecosistema emprendedor y proporcionan un fundamento sólido para la toma de decisiones estratégicas orientadas a la innovación y el desarrollo.

## Referencias

- Acosta Prado, J. C., Zárate Torres, R. A., & Ibarra Mares, A. (2014). Caracterización del emprendedor latinoamericano, a partir del modelo global entrepreneurship monitor – GEM. *Económicas CUC*. Recuperado el 2023, de <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/1619>
- Aldrich, H. E., & Yang, T. (2013). How do entrepreneurs know what to do? Learning and organizing in new ventures. *Journal of Evolutionary Economics*, 24 (1). doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s00191-013-0320-x>
- Ali, J., Jabeen, Z., & Burhan, M. (2023). Measuring factors influencing entrepreneurial intention across gender in India: evidence from Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Database. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Vol. 25 No. 1, pp. 63-82. doi:<https://doi.org/10.1108/JRME-08-2021-0105>
- Ammirato, S., Sofò, F., Felicetti, A. M., Helander, N., & Aramo-Immonen, H. (2020). A new typology to characterize Italian digital entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 26 No. 2, pp. 224-245. doi:<https://doi.org/10.1108/IJEER-02-2019-0105>
- Anzola-Román, P., & Bayona-Sáez, C. (2021). University spin-offs: A case study on their characterization, challenges and entrepreneurship ecosystem. *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE*, 20-28. Obtenido de <https://hdl.handle.net/2454/42904>
- Arango-Botero, D., Valencia-Arias, J., Palacios-Moya, L., & Garcés-Giraldo, L. (2022). Análisis de perfiles de espíritu emprendedor en jóvenes universitarios. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (67), 37-67. doi:<https://doi.org/10.35575/rvucn.n67a3>
- Avila Angulo, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y*

*Negocios*, 14(23), 32-48.  
doi:<https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>

Baumol, W. J. (1968). Entrepreneurship in Economic Theory. *The American Economic Review*, 58(2), 64-71. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/1831798>

Bolaños, O. (1999). *Caracterización y tipificación de organizaciones de productores y productoras*. San José, Costa Rica. Recuperado el 2023, de <https://catalogosiidca.csuca.org/Record/UNED.000071281>

Chandler, N. (2022). Entrepreneurial personality and motive: A study of Hungarian early-stage entrepreneurs using GEM data. *Prosperitas*, 9(4), 3. doi:[https://doi.org/10.31570/prosp\\_2022\\_0007](https://doi.org/10.31570/prosp_2022_0007)

Fernandes, A. J., & Ferreira, J. J. (2022). Entrepreneurial ecosystems and networks: a literature review and research agenda. *Review of Managerial Science*, 16, 189–247. doi:<https://doi.org/10.1007/s11846-020-00437-6>

Fernández Laviada, A., López Gutiérrez, C., & San Martín, P. (2020). The Moderating Effect of Countries' Development on the Characterization of the Social Entrepreneur: An Empirical Analysis with GEM Data. *Voluntas*, 31, 563–580. doi:<https://doi.org/10.1007/s11266-020-00216-7>

Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local*. INTA, Buenos Aires. Recuperado el 2023, de [https://www.researchgate.net/publication/281465619\\_El\\_concepto\\_de\\_emprendimiento\\_y\\_su\\_relacion\\_con\\_el\\_empleo\\_la\\_educacion\\_y\\_el\\_desarrollo\\_local](https://www.researchgate.net/publication/281465619_El_concepto_de_emprendimiento_y_su_relacion_con_el_empleo_la_educacion_y_el_desarrollo_local)

Franco Moreno, E. (2023). Valores y espíritu emprendedor y la relación con pedagogía. *Revista EDUCARE-UPEL-IPB-Segunda Nueva Etapa 2.0*, 293-312. Obtenido de <https://revistas.investigacion-upelipb.com/index.php/educare/article/view/1781>

- Franco Pedraza, P. (2016). La definición del emprendimiento social. Algunos elementos conceptuales para el debate. *Revista Finnova: Investigación e Innovación Financiera y Organizacional*, 2(3), 45-55. Obtenido de <https://revistas.sena.edu.co/index.php/finn/article/view/564/630>
- García Ramos, C., Martínez Campillo, A., & Fernández Gago, R. (2007). Análisis de los factores determinantes de la creación de empresas: Una evidencia empírica en Castilla y León. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2487531>
- García, B., & González, A. (2013). Caracterización del Emprendimiento Agrícola del Municipio Sucre, Estado Falcón. *Multiciencias*, 13(2), 143-150. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/904/90428841005.pdf>
- Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5(1), 15-28. doi:[https://doi.org/10.1016/0883-9026\(90\)90023-M](https://doi.org/10.1016/0883-9026(90)90023-M)
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a "New Normal"*. London: GEM.
- González Morales, O., Peña Vásquez, R., & Contreras Cueva, A. B. (2020). Las políticas de emprendimiento en Europa: un estudio comparado por países. *International Review of Economic Policy-Revista Internacional de Política Económica*, 1(1), 72-85. doi:<https://doi.org/10.7203/IREP.1.1.16458>
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 164. Obtenido de <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/860>

- Hadley, G. R. (2023). A Characterization and Pedagogical Analysis of Youth Entrepreneurship. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 6(2), 223-250. doi:<https://doi.org/10.1177/25151274221096035>
- Herrera, R. A., & Villalobos, M. A. (2018). Caracterización de la Formación Académica en Emprendimiento de Pregrado que se realiza en Universidades Chilenas. *Formación universitaria*, 11(4), 43-52. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062018000400043>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2021). Obtenido de <https://www.google.com/search?q=inec+2022&oq=inec+2022&aqs=chrome.0.0i355i512j46i175i199i512j0i512l8.17411j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Isenberg, D. (2010). The Big Idea: How to Start an Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review*. Obtenido de <https://hbr.org/2010/06/the-big-idea-how-to-start-an-entrepreneurial-revolution>
- Lukas, B., Nugraheni, C. E., & Natali, V. (2022). Data Mining for Analyzing GEM's Entrepreneurial Growth Indicators. *2022 International Conference on Computational Modelling, Simulation and Optimization (ICCMISO)*, 262-287. doi:<https://doi.org/10.1109/ICCMISO58359.2022.00059>
- Malerba, F., & McKelvey, M. (2020). Knowledge-intensive innovative entrepreneurship integrating Schumpeter, evolutionary economics, and innovation systems. *Small Business Economics*, 54, 503–522. doi:<https://doi.org/10.1007/s11187-018-0060-2>
- Montero González, B., & Camacho Ballesta, J. A. (2018). Caracterización del emprendimiento femenino en España: Una visión de conjunto. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 129, 39-65. doi:<https://doi.org/10.5209/REVE.61936>
- Morales-Alonso, G., Blanco-Serrano, J. A., Núñez Guerrero, Y., Grijalvo, M., & Blanco Jiménez, F. J. (2022). Theory of planned behavior and GEM framework – How can cognitive traits for entrepreneurship be used by

incubators and accelerators? *European Journal of Innovation Management*. doi:<https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2022-0208>

Moreira Menéndez, M., Bajaña Mendieta, I. D., Pico Saltos, B. R., Guerrero Ulloa, G. C., & Villaroel Bastidas, J. V. (2018). Factores que Influyen en el Emprendimiento y su incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador. *Ciencias Sociales Y Económicas*, 2(1), 1-22. doi:<https://doi.org/10.18779/csye.v2i1.263>

Moreno Muñoz, C., Johnson Vera, V., & Puyuelo Cazorla, M. (2021). Realidades de Emprendimiento en Pequeñas y Medianas Empresas en Chile: uso del diseño. *Revista Venezolana De Gerencia*, 26(95), 898-917. doi:<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.28>

Moreno Zacarías, H. M., & Espíritu Olmos, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *Portes*, 101-122. Recuperado el 2023, de <http://www.portesasiapacifico.com.mx/revistas/epocaiiii/numero8/5.pdf>

Nájera-Sánchez, J. J., Pérez-Pérez, C., & González-Torres, T. (2023). Exploring the knowledge structure of entrepreneurship education and entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(2), 563-597. doi:<https://doi.org/10.1007/s11365-022-00814-5>

Neubauer, J., Glinik, M., & Fallast, M. (2022). Identification and Characterization of Entrepreneurship Related Touchpoints in Student Customer Journeys. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 633, 1077-1086. doi:[https://doi.org/10.1007/978-3-031-26876-2\\_100](https://doi.org/10.1007/978-3-031-26876-2_100)

Ojeda-Beltrán, A., Solano-Barliza, A., Arrubla-Hoyos, W., Ortega, D. D., Cama-Pinto, D., Holgado-Terriza, J. A., . . . Cama-Pinto, A. (2023). Characterisation of Youth Entrepreneurship in Medellín-Colombia Using Machine Learning. *Sustainability*, 1-19. doi:<https://doi.org/10.3390/su151310297>

- Pacheco-Ruiz, C., Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., & Hernández-Palma, H. G. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación universitaria*, 15(1), 135-144. doi:<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000100135>
- Perez-Encinas, A., Bueno, Y., Santos, B., & Nieto-Mejía, C. (2021). Are There Differences and Complementarities between Senior and Young Entrepreneurs? An Intergenerational Perspective. *Sustainability*, 13(9), 5202. doi:<https://doi.org/10.3390/su13095202>
- Saiz, M., Hoyos, J., González-Pernía, J., Peña, I., González, N., Guerrero, M., & Urbano, D. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor. Comunidad Autónoma del País Vasco. Informe Ejecutivo 2018-2019*. Bilbao, España: Publicaciones de la Universidad de Deusto. Obtenido de <http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/otraspub/otraspub17.pdf>
- Sepulveda-Calderon, M., Castro-Ríos, G. A., & Montes-Guerra, M. I. (2022). The role of diversity and coherence in the emergence and consolidation of a regional entrepreneurial ecosystem. *Management Research*, 20(1), 59-87. doi:<https://doi.org/10.1108/MRJIAM-08-2021-1213>
- Soder, R. M., Cechet, C. E., Higashi, G. D., Da Silva, L. A., Amaral, T. M., Do Carmo Menegaz, J., . . . Dos Santos, J. L. (2022). Entrepreneurship among Undergraduate Nursing Students at a public university. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 75(1). doi:<https://doi.org/10.1590/0034-7167-2020-1388>
- Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72. doi:<https://doi.org/10.1111/etap.12167>
- Sternberg, R., & Breitenbach, D. (2023). Youth Entrepreneurship in Germany: Empirical Evidence on the How, the Why, the How Many, the Who and the When. *Economies*, 11(6), 161. doi:<https://doi.org/10.3390/economies11060161>

- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/2486667>
- Szymczyk, K., Bağcı, H., Kaygın, C. Y., & Şahin, D. (2023). A Comparison of the Entrepreneurial Performance of Asian-Oceanian Countries via the Multi-Criteria Decision-Making Techniques of Critic, Aras, Waspas, Mairca and Borda Count Methods. *Acta Polytechnica Hungarica*, 20(3), 65-81. doi:<http://doi.org/10.12700/aph.20.3.2023.3.5>
- Villota González, L. J. (2023). Caracterización y sostenibilidad del emprendimiento social rural en agronegocios asociativos del sur de Nariño. *Tendencias*, 24(1), 50-78. doi:<https://doi.org/10.22267/rtend.222302.215>



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **García Vega, Dayana Belén**, con C.C: # **0940146038** autor/a del trabajo de titulación: **Caracterización de los emprendimientos del Cantón Coronel Marcelino Maridueña** previo a la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas** 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, **04 de septiembre de 2023**

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **García Vega, Dayana Belén**

C.C: **0940146038**



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Rodríguez Jiménez, Andrés Felipe**, con C.C: # **0927079954** autor del trabajo de titulación: **Caracterización de los emprendimientos del Cantón Coronel Marcelino Maridueña** previo a la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas** 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, 04 de septiembre de 2023

f.   
\_\_\_\_\_

Nombre: **Rodríguez Jiménez, Andrés Felipe**

C.C: **0927079954**



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		
<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	<b>Caracterización de los emprendimientos del Cantón Coronel Marcelino Maridueña</b>	
<b>AUTOR(ES)</b>	<b>García Vega Dayana Belén Rodríguez Jiménez Andrés Felipe</b>	
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	<b>Pérez Villamar José Guillermo</b>	
<b>INSTITUCIÓN:</b>	<b>Universidad Católica de Santiago de Guayaquil</b>	
<b>FACULTAD:</b>	<b>Facultad de Economía y Empresa</b>	
<b>CARRERA:</b>	<b>Administración de Empresas</b>	
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	<b>Licenciado en Administración de Empresas</b>	
<b>FECHA DE N:</b>	<b>4 de septiembre del 2023</b>	<b>No. DE PÁGINAS: 104</b>
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	<b>Operación administrativa, Emprendimiento</b>	
<b>PCLAVES/ KEYWORDS:</b>	<b>Administración de Empresas, Capacidades Emprendedoras, Caracterización, Desarrollo Económico, Emprendimiento, Global Entrepreneurship Monitor</b>	
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>		
<p>Es conocida la importancia de la actividad emprendedora en el contexto del desarrollo económico de una región, lo que abre la puerta a la búsqueda de alternativas para potenciar el emprendimiento en lugares que lo requieran. El presente estudio pretende realizar la caracterización de los emprendimientos que funcionan en el cantón Coronel Marcelino Maridueña en Guayas, Ecuador, para establecer un modelo que sirva de guía para el entorno emprendedor de la localidad, y también como referente para futuras investigaciones de contextos similares. A través de un estudio descriptivo, la caracterización se realizó con la aplicación del modelo del Global Entrepreneurship Monitor, llevando a cabo encuestas a emprendedores y expertos del cantón. Entre los hallazgos relevantes, se destaca que la representación de género revela un ambiente inclusivo y que la diversidad en edades demuestra la factibilidad de emprender a cualquier edad. La variación en el tiempo de vida de los negocios subraya la necesidad de estrategias para respaldar a los emprendimientos, tanto nuevos como consolidados. En cuanto a la creación, formas de producir, promocionar y entregar productos y servicios, están generando cambios significativos pero mejorables, mientras que la medición de objetivos económicos, ambientales y sociales presentan oportunidades de orientación para emprendedores. Estos resultados indican la importancia de adaptabilidad y enfoques variados en el panorama emprendedor, contribuyendo a la dinámica y el crecimiento sostenible del cantón.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO UTOR/ES:</b>	<b>Teléfono: +593-4</b>	<b>E-mail: <a href="mailto:dayana.garcia03@cu.ucsg.edu.ec">dayana.garcia03@cu.ucsg.edu.ec</a> <a href="mailto:andres.rodriguez05@cu.ucsg.edu.ec">andres.rodriguez05@cu.ucsg.edu.ec</a></b>
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre: David Coello Cazar</b>	
	<b>Teléfono: +593-4-3804600</b>	
	<b>E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec</b>	
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>		
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>		
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>		
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		