



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

SEDE MORONA SANTIAGO

FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**DIAGNÓSTICO DE LAS ECONOMÍAS LOCALES BASADO EN
LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN MORONA**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTORES:

CARLOS ALFREDO LOJA ILLESCAS

VALERIA ELISABET GUAILLA SAMANIEGO

Macas – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

SEDE MORONA SANTIAGO

FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**DIAGNÓSTICO DE LAS ECONOMÍAS LOCALES BASADO EN
LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN MORONA**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTORES:

CARLOS ALFREDO LOJA ILLESCAS

VALERIA ELISABET GUAILLA SAMANIEGO

DIRECTOR: Econ. EDISON MARCELO MELENDRES MEDINA Mgs.

Macas – Ecuador

2022

©2022, Carlos Alfredo Loja Illescas & Valeria Elisabet Guaila Samaniego

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

Nosotros, Carlos Alfredo Loja Illescas y Valeria Elisabet Guaila Samaniego declaramos que el presente trabajo de integración curricular es de nuestra autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autores asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de integración curricular. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Macas, 17 de noviembre de 2022



Carlos Alfredo Loja Illescas

140094444-1

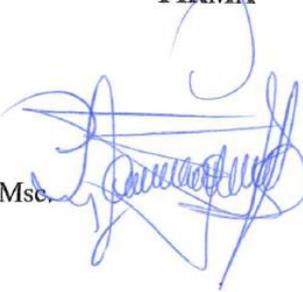
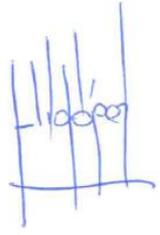


Valeria Elisabet Guaila Samaniego

140086732-9

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
SEDE MORONA SANTIAGO
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: el Trabajo de Integración Curricular: Tipo Proyecto de Investigación: **DIAGNÓSTICO DE LAS ECONOMÍAS LOCALES BASADO EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN MORONA**, realizado por los señores **CARLOS ALFREDO LOJA ILLESCAS** y **VALERIA ELISABET GUAILLA SAMANIEGO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Marcelo Eduardo Sánchez Salazar Msc. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-11-17
Econ. Edison Marcelo Melendres Medina Msc. DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-11-17
Ing. Julio Cesar López Ayala Msc. MIEMBRO DEL TRIBUNAL		2022-11-17

DEDICATORIA

A mis padres por haberme guiado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este. Me formaron con reglas y con algunas libertades, pero al final de cuentas, me apoyaron constantemente para alcanzar mis metas.

Carlos

A mis padres quienes, con su apoyo, tuve la fortaleza y la oportunidad de prepararme académica y profesionalmente, estando presentes en todo momento brindándome el apoyo que me permitió culminar esta etapa importante de mi vida.

Valeria

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, a los docentes, padres y amigos que estuvieron en el transcurso de esta etapa universitaria, la cual estuvo llena de emociones y de oportunidades de seguir en constante aprendizaje.

Carlos

Agradezco a Dios por darme la vida y la oportunidad de haber podido estudiar la carrera que deseé desde mi infancia y por haber puesto los recursos en los momentos necesarios. De la misma manera, agradezco a mi familia y amigos que hicieron de esta trayectoria, una linda experiencia.

Valeria

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
RESUMEN.....	xiii
SUMMARY/ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
<i>1.1. Planteamiento del Problema</i>	<i>2</i>
<i>1.2. Limitaciones y delimitaciones</i>	<i>3</i>
1.2.1. Objeto de estudio.....	3
1.2.2. Área.....	3
1.2.3. Espacio.....	3
1.2.4. Límite espacial.....	3
1.2.5. Límite temporal	3
1.3. Problema General de Investigación	3
1.4. Problemas específicos de investigación.....	3
1.5. Objetivos.....	4
1.5.1 Objetivo General.....	4
1.5.2 Objetivos Específicos.....	4
1.6. Justificación.....	4
<i>1.6.1. Justificación Teórica</i>	<i>4</i>
<i>1.6.2. Justificación Metodológica</i>	<i>4</i>

1.6.3. <i>Justificación Práctica</i>	4
--	---

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. Antecedentes de investigación	5
2.2. Referencias Teóricas	6

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO	16
3.1. Enfoque de investigación	16
3.2. Nivel de Investigación	16
3.3. Diseño de investigación	16
3.3.1. <i>No experimental</i>	16
3.4. Tipo de estudio	16
3.5. Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra ..	16
3.5.1. <i>Población</i>	16
3.5.1.1. <i>Línea base de las economías locales</i>	16
3.5.2. <i>Muestra</i>	16
3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	17
3.6.1. <i>Métodos</i>	17
3.6.1.1. <i>Método deductivo</i>	17
3.6.2. <i>Técnicas</i>	17
3.6.2.1. <i>Encuesta</i>	17
3.6.3. <i>Instrumentos</i>	17
3.6.3.1. <i>Cuestionario</i>	17

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS ...	19
4.2.	Diseño de herramienta administrativa para los emprendedores del cantón Morona	36
<i>4.2.1.</i>	<i>Segmentos de clientes</i>	<i>36</i>
<i>4.2.5.</i>	<i>Fuente de ingresos</i>	<i>37</i>
<i>4.2.6.</i>	<i>Recursos clave.....</i>	<i>37</i>
<i>4.2.7.</i>	<i>Actividades claves</i>	<i>37</i>
<i>4.2.8.</i>	<i>Socios clave</i>	<i>38</i>
<i>4.2.9.</i>	<i>Estructura de costos.....</i>	<i>38</i>

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO.....	39
5.1.	Propuesta.....	39
<i>5.1.1.</i>	<i>Modelo de evaluación del comportamiento del emprendedor.....</i>	<i>39</i>

CONCLUSIONES.....	49
--------------------------	-----------

RECOMENDACIONES.....	50
-----------------------------	-----------

GLOSARIO

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2: Los diez países más emprendedores del 2017.....	8
Tabla 2-2: Actividad económica potenciales en Morona Santiago 2020.....	11
Tabla 1-4: Segmentación por actividad económica.....	18
Tabla 2-4: Edad.....	19
Tabla 3-4: Sexo.....	19
Tabla 4-4: Formación académica.....	20
Tabla 5-4: Especialidad de sus estudios.....	21
Tabla 6-4: ¿Tiene algún tipo de registro?.....	22
Tabla 7-4: ¿Cómo conoció de la actividad económica del emprendimiento?.....	23
Tabla 8-4: ¿Por qué nace la idea del emprendimiento?.....	24
Tabla 9-4: ¿Cómo define su actividad económica?.....	25
Tabla 10-4: ¿Ha realizado algún tipo de capacitación en el último año, según su actividad económica?.....	26
Tabla 11-4: En caso de una respuesta afirmativa, especifique.....	27
Tabla 12-4: En caso de una respuesta negativa, especifique el motivo.....	28
Tabla 13-4: Recursos con los que financió la capacitación.....	29
Tabla 14-4: Para el desarrollo del negocio Ud.....	30
Tabla 15-4: ¿Cómo financió la puesta en marcha del emprendimiento?.....	31
Tabla 16-4: ¿Qué canales de comunicación frecuente?.....	32

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-1: Árbol de problemas de las economías locales en base a los emprendimientos.....	3
Ilustración 1-2: Desempeño Latinoamérica y el Caribe en el índice Global de Emprendimiento.....	8
Ilustración 2-2: Evolución de la actividad emprendedora temprana en Ecuador y países.....	9
Ilustración 3-2: Comprobación del TEA de Ecuador con otros países de la Región.....	9
Ilustración 4-2: Tasa de salida de negocios, desglosada según la comunidad del negocio.....	10
Ilustración 5-2: Distribución de empresas según el INEC en el Ecuador.....	10
Ilustración 6-2: Número de empresas dedicadas a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca en Morona Santiago.....	11
Ilustración 7-2: Número de empresas dedicadas a la prestación de servicios en Morona Santiago.....	11
Ilustración 8-2: Lienzo modelo Canvas.....	15
Ilustración 1-4: Segmentación por actividad económica.....	19
Ilustración 2-4: Edad.....	20
Ilustración 3-4: Sexo.....	21
Ilustración 4-4: Formación académica.....	22
Ilustración 5-4: Especialidad de sus estudios.....	23
Ilustración 6-4: ¿Tiene algún tipo de registro?.....	24
Ilustración 7-4: ¿Cómo conoció de la actividad económica del emprendimiento?.....	25
Ilustración 8-4: ¿Por qué nace la idea del emprendimiento?.....	26
Ilustración 9-4: ¿Cómo define su actividad económica?.....	27
Ilustración 10-4: ¿Ha realizado algún tipo de capacitación en el último año, según su actividad económica?.....	28
Ilustración 11-4: En caso de una respuesta afirmativa, especifique.....	29
Ilustración 12-4: En caso de una respuesta negativa, especifique el motivo.....	30
Ilustración 13-4: Recursos con los que financió la capacitación.....	31
Ilustración 14-4: Para el desarrollo del negocio Ud.....	32
Ilustración 15-4: ¿Cómo financió la puesta en marcha del emprendimiento?.....	33
Ilustración 16-4: ¿Qué canales de comunicación frecuente?.....	34
Ilustración 17-4: Cuadro comparativo motivación vs análisis previo a la puesta en marcha del negocio.....	35
Ilustración 18-4: Cuadro comparativo autodiagnóstico vs formalidad del negocio.....	35
Ilustración 19-4: Cuadro comparativo autodiagnóstico vs capacitaciones realizadas.....	36
Ilustración 20-4: Lienzo canvas.....	38

ÍNDICE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTAS.

ANEXO B: MAPEO.

ANEXO C: SEGMENTACIÓN PATENTES MUNICIPALES Y SRI.

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo el diagnóstico de las economías locales basado en los emprendimientos del cantón Morona, ubicado en la provincia de Morona Santiago, mediante la definición de una herramienta administrativa que permita evaluar las fortalezas y debilidades del emprendedor. El enfoque de la investigación fue mixto pues, por una parte, fue cualitativo al obtener información bibliográfica sobre el desarrollo y comportamiento de las economías locales y los emprendimientos. Y es cuantitativo debido a la aplicación de herramientas estadísticas, así como la síntesis e interpretación de sus resultados. Para ello, se determinó una línea base mediante el cruce de información de los reportes del SRI y patentes municipales para proceder a aplicar las encuestas y definir las principales características de los emprendedores. Además, se concluyó que el modelo Canvas es una herramienta administrativa de fácil comprensión y análisis que permitió establecer un test de autodiagnóstico de comportamiento como resultado de la búsqueda de una propuesta de mejora a la situación económica actual de cada emprendedor. Se recomienda implementar el test de autodiagnóstico mediante capacitaciones a los emprendedores, tanto en su uso como en los beneficios que conlleva conocer sus fortalezas y debilidades.

Palabras clave: <ECONOMÍAS LOCALES>, <EMPRENDIMIENTO>, <HERRAMIENTA ADMINISTRATIVA>, <AUTODIAGNÓSTICO>, <EMPRENDEDORES>.

20-12-2022

2452-DBRA-UPT-2022

SUMMARY/ABSTRACT

The objective of this study was to diagnose the local economies based on the enterprises of the Morona canton, located in the province of Morona Santiago, by defining an administrative tool to evaluate the strengths and weaknesses of the entrepreneur. The research approach was mixed because, on the one hand, it was qualitative by obtaining bibliographic information on the development and behavior of local economies and enterprises. Moreover, it is quantitative due to the application of statistical tools and the synthesis and interpretation of its results. To this end, a baseline was determined by crossing information from SRI reports and municipal patents to proceed to apply the surveys and define the main characteristics of entrepreneurs. In addition, it was concluded that the Canvas model is an administrative tool that is easy to understand and analyze, which made it possible to establish a behavioral self-diagnosis test as a result of the search for a proposal to improve the current economic situation of each entrepreneur. It is recommended to implement the self-diagnosis test through training for entrepreneurs, both in its use and in the benefits of knowing their strengths and weaknesses.

Key words: <LOCAL ECONOMIES>, <ENTREPRENEURSHIP>, <ADMINISTRATIVE HARDWARE>, <AUTODIAGNOSTICS>, <ENTREPRENEURSHIP>.

20-12-2022

2452-DBRA-UPT-2022



Lic. Lina Morales R. Mgs.
Docente Sede Morona Santiago
Cédula. 1707548929

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se trata sobre el diagnóstico de las economías locales basado en los emprendimientos del cantón Morona con la finalidad de definir una herramienta administrativa que permita reconocer las fortalezas y debilidades del emprendedor y su negocio, garantizando su efecto positivo en la economía de la localidad. Por otro lado, realizar una evaluación del efecto que tienen los emprendimientos en las economías locales es de vital importancia ya que en la actualidad se ha visualizado la falta de durabilidad de los emprendimientos a través del tiempo tanto en la ciudad como en el cantón, los motivos que se le otorga a la situación son solamente en base a vivencias personales, sin embargo, en el presente trabajo de investigación se propone analizarlo desde un punto de vista científico mediante la aplicación de métodos de investigación oportunos para lograr resultados que permitan definir una propuesta de mejora en beneficio de los emprendedores. Por lo tanto, se busca dar respuesta a la siguiente interrogante: ¿Cuál es el diagnóstico de las economías locales basado en los emprendimientos del cantón Morona?, mediante la determinación de una línea base que permita dirigir las herramientas administrativas con un enfoque claro a la necesidad actual de los emprendedores, además permitirá una visualización clara para un mejor contraste con las conclusiones.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

“La provincia de Morona Santiago cuenta con una superficie de 24059,40 Km². Limita al Norte con la provincia de Pastaza; al Sur la Provincia de Zamora Chinchipe; al Este limita con la línea divisoria con el Perú; al Oeste las provincias de Chimborazo, Cañar y Azuay, está constituida por 12 cantones, 59 parroquias: 46 rurales y 13 urbanas. Su capital es Macas. (Morona, 2014). Además, el cantón Morona tiene una población estimada de 41.155 habitantes (Jaramillo, 2021) En el Ecuador, de acuerdo con el Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) 2020 obtenido en la página oficial del INEC <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-deempresas/>, existen 846.265 empresas a nivel nacional registradas en el SRI, destacándose con mayor porcentaje el sector de servicios con 375.907 y el sector de comercio con 290.635 empresas, representando el 75,76% de esta población. Con relación al tamaño, la microempresa representa el 91,89%, seguida de la pequeña empresa con un 6,15%.

Con este antecedente, se puede determinar que la concentración de la economía se encuentra ubicada en las micro y pequeñas empresas relacionadas con el sector de comercio y servicios, realidad que es identificada en la población del cantón Morona, según el Fascículo Provincial de Morona Santiago basado en la prospección del censo del 2010, donde se detalla que cerca del 50% se dedica a trabajar por cuenta propia, es decir tienen su emprendimiento. A ello, se debe considerar la crisis sanitaria mundial, que ha obligado a la población a reescribir su actividad económica para poder subsistir.

Durante el año 2020 y 2021 las empresas han vivido realidades distintas. Existen aquellas que no pudieron sobreponerse del duro golpe de la crisis por COVID 19, otras que están subsistiendo hasta la actualidad y quienes han tomado la situación como fortaleza para reinventar y crecer apoyados de la nueva realidad enfocado en la interacción virtual entre la oferta y demanda.

De esta manera, el presente proyecto pretende implementar una herramienta administrativa que contribuya al fortalecimiento de los emprendimientos y permitan la revalorización y desarrollo empresarial en el cantón, basado en el planteamiento del árbol de problemas que se muestra a continuación, permitiendo determinar la variable dependiente e independiente para el desarrollo del proyecto de investigación.

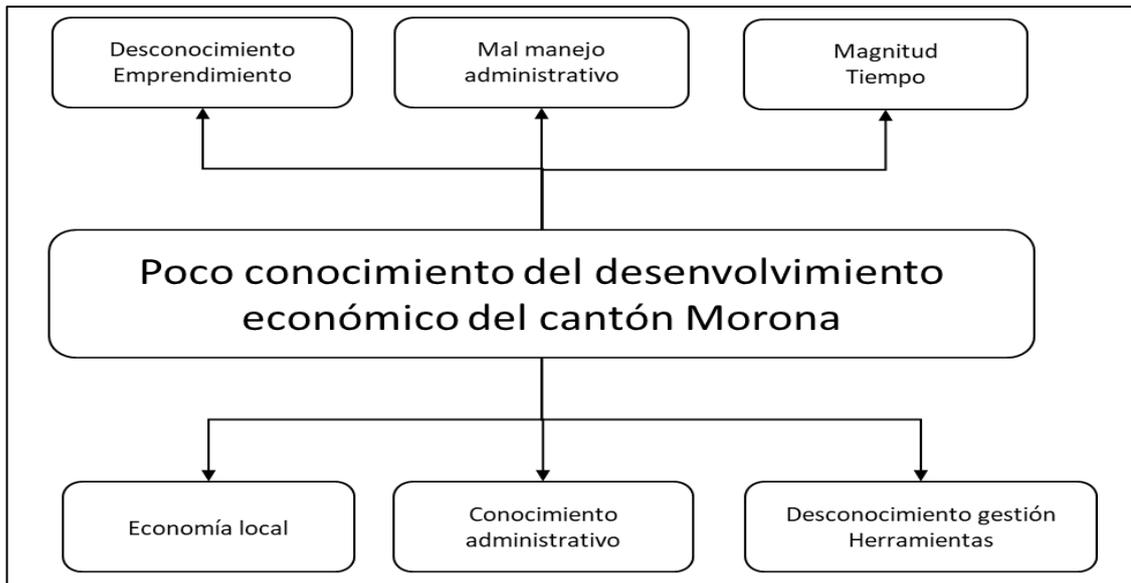


Ilustración 1-1: Árbol de problemas de las economías locales en base a los emprendimientos.

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

Entonces, el proyecto de investigación tiene la finalidad de responder a la siguiente interrogante
 ¿Cuál es el diagnóstico de las economías locales basado en los emprendimientos del cantón Morona?

1.2. Limitaciones y delimitaciones

1.2.1. Objeto de estudio

Emprendimientos

1.2.2. Área

Cantón Morona

1.2.3. Espacio

Ciudad de Macas

1.2.4. Límite espacial

Cantón Morona

1.2.5. Límite temporal

No aplica

1.3. Problema General de Investigación

¿Cuál es el diagnóstico de las economías locales basado en los emprendimientos del cantón Morona?

1.4. Problemas específicos de investigación

¿Cuáles son las condiciones económicas productivas?

¿Qué herramienta administrativa mejoraría el desarrollo empresarial en el cantón Morona?

¿Qué estrategias administrativas de comportamiento permiten al emprendedor evaluar su aporte a la economía local?

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Diagnosticar las economías locales basado en los emprendimientos del cantón Morona para mejorar la economía del cantón del 2022.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Generar una línea base de las economías locales basado en los emprendimientos del cantón Morona.
- Diseñar una herramienta administrativa para los emprendedores del cantón Morona.
- Definir uno modelo de evaluación del comportamiento del emprendedor.

1.6. Justificación

1.6.1. Justificación Teórica

El trabajo de investigación tiene la finalidad de diagnosticar las economías locales mediante la evaluación del desarrollo y comportamiento de los emprendimientos en el cantón Morona, por lo que se requiere definir una base teórica sobre su importancia y características principales de manera que se pueda establecer una herramienta adecuada y de fácil comprensión para los emprendedores.

1.6.2. Justificación Metodológica

Para el desarrollo del trabajo de investigación se aplicarán métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos para el diagnóstico de la población objeto de estudio que favorezca a la economía local y permita determinar su comportamiento.

1.6.3. Justificación Práctica

El proyecto de investigación tiene la finalidad de presentar resultados que permitan definir una herramienta administrativa para el emprendedor, facilitando su regularización y aporte a la economía local.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación

En varias investigaciones realizadas en años anteriores, se demuestra la importancia de realizar un diagnóstico previo a la implementación de un emprendimiento o empresa, con la finalidad de definir la oferta y demanda del producto o servicio que se desea comercializar.

En el año 2017, Morales Carrasco & Daysi Aguilar en su tesis “Factores determinantes del emprendimiento y la creación de nuevas empresas el caso de Tungurahua en el Ecuador” tiene el objetivo de analizar el perfil del emprendedor de la provincia de Tungurahua, para ofrecer información para la toma de decisiones en la política pública. Para el desarrollo se propuso la aplicación de encuestas para identificar las cualidades y características del perfil emprendedor de la provincia. De esta manera, se concluyó que la creación de nuevas empresas no se ve influenciada por el perfil emprendedor por lo que, sin importar la edad o sexo de una persona, puede gerenciar una empresa. (Morales Carrasco & Aguilar Tipantuña, 2017)

Por otro lado, en la revista científica Eco Ciencia elaborada por Claudia Ruiz y Christian Terán titulada “Emprendimiento, promotor de las economías locales en desarrollo, experiencia del cantón Ibarra- Imbabura Ecuador” en el año 2018, se concluyó que en el Ecuador, al mantener un marco legal regulador de los emprendimientos, como es la Constitución de la República del Ecuador, la Ley de Economía Popular y Solidaria, entre otras, donde se promueve el fortalecimiento de los emprendimientos y como resultado, la economía local es efectiva. Además, se instituye que no se han desarrollado canales eficientes para las inversiones compartidas con la finalidad de lograr el escalonamiento del ecosistema emprendedor. (Ruiz Chagna & Terán Silva, 2018)

También, Ana Córdova & Heidi Arroba (2017), en la tesis titulada “El emprendimiento de las pequeñas y medianas empresas comercializadoras y el desarrollo económico del cantón Puyo provincia de Pastaza”, asegura que el emprendimiento es el encargado de dinamizar y movilizar la economía en cualquier ciudad, región o estado, siendo las políticas públicas, los centros de enseñanza y el limitado acceso a crédito oportuno, factores determinantes para su desarrollo. Una de las conclusiones fue que el descuido de las autoridades locales y gubernamentales provocan que el emprendimiento sea una odisea debido a los trámites burocráticos y trabas fiscales. Además, se determinó que las tiendas de abarrotes han sido resultado de la carencia de un empleo formal y de condiciones socioeconómicas locales y nacionales. (Córdova Pacheco & Arroba Rodríguez, 2017)

Además, Diana Peña y Jessica Loor (2020), en la tesis “Factores de riesgo y su efecto en el proceso de comercialización en los emprendimientos, ciudad de Jipijapa”, se definieron factores como la falta de propaganda de los emprendimientos, la falta de organización, una baja utilidad aún al

poseer un producto de alta calidad, mismos que influyen en el proceso de la comercialización de bienes y servicios. Se concluyó que en los emprendimientos de jipijapa existen problemas en el manejo administrativo y financiero de los recursos, debido a la falta de estrategias de comercialización. (Peña Ponce & Loor Pivaque, 2020)

Por último, en el año 2018 se desarrolla un estudio de las condiciones de emprendimiento en Morona Santiago, cuyos autores Zabala, Morquecho y Revelo, se proponen visualizar aspectos y situaciones que permita que el sector público desarrolle políticas adecuadas, así como enfocar al sector privado en el desarrollo de estrategias para el aprovechamiento de ventajas y sorteo de obstáculos. Una de las conclusiones fue que el área gubernamental no prioriza el nacimiento y desarrollo de los emprendimientos, mismo resultado obtenido por Ana Córdova y Heidi Arroba (2017), así como la poca eficiencia de los programas desarrollados por el gobierno. (Zabala Guzmán, Morquecho Salto, & Revelo Rivadeneira, 2018)

En conclusión, el aporte del presente proyecto de investigación es evaluar las condiciones económicas productivas del cantón Morona, debido a que no ha existido la iniciativa del aprovechamiento de los recursos humanos, naturales, tecnológicos presentes en el cantón. Esto permite enfocar a los nuevos emprendedores, así como fortalecer y corregir errores en la gestión empresarial tanto del sector público como del privado. Por otro lado, se busca dar a conocer el potencial de la población objeto de estudio, debido a que no han existido las suficientes investigaciones dentro de la provincia.

2.2. Referencias Teóricas

Torrealba & Scaramelli (2018) en su estudio sobre las dinámicas de la explotación sarrapiera y su pertinencia en la historia de las poblaciones locales, aseguran que la actividad de explotación de la sarrapia mantenía en pie las **economías locales** al brindar diversificación de prácticas productivas a las comunidades.

Por ello, el desarrollo local requiere la promoción de los recursos financieros como motor del desarrollo real, que por regla general no puede cumplirse dentro de límites puramente territoriales, esto según lo expuesto por Sosa Arencibia (2017).

Igualmente, para una mejor comprensión del término ‘economía local’, es importante contrastar su definición con la **economía global**. En primer lugar, Joseph Stiglitz (2002) menciona que la globalización es un medio de integración entre países de todo el mundo donde la conexión principal surge por la eliminación de barreras debido a la necesidad del intercambio de bienes, servicios, conocimientos y demás productos que permiten una mejor calidad de vida, y satisface los requerimientos de las personas a través de las fronteras.

Además, Stiglitz (2002) define el término globalizar como la búsqueda de integrar, entendiendo a la globalización como el propósito de integrar hechos, fenómenos o comportamientos para que

sucedan de manera simultánea. Entonces, la economía global surge de la globalización de un estilo de vida determinado.

Es así como, el desarrollo de tecnologías ha facilitado que la economía y la información se globalicen de forma instantánea, siendo un determinante en su funcionamiento y crecimiento de los emprendimientos a lo largo de los años, tomando fuerza en el periodo de pandemia que obligó a todos los sectores económicos a innovar sus medios de comercio.

Así mismo, las economías locales se enfocan en el movimiento de las **actividades comerciales** en territorios más específicos, promoviendo un punto de contraste para encaminar a los diferentes países hacia una economía global que resulte en la estabilidad económica que se requiere para un estilo de vida adecuado.

Así pues, Helm (2007) en *Researching Globalization*, menciona la integración de mercados mundiales como una propuesta para encaminar a un país a una **economía global**, así como mejorar la capacidad de hacer negocio entre diferentes países con la finalidad de establecer acuerdos comerciales que mejoren las actividades económicas.

De este modo, los emprendimientos son actividades de interacción entre individuos que demuestran actitudes, habilidades y aspiraciones emprendedoras que tienen la finalidad de la obtención de rentabilidad mediante la inversión de recursos, generalmente a través de la creación y operación de nuevas empresas. Esta actividad está presente en todas las personas independientemente de la edad, género y nacionalidad.

Además, Isabel Perez Veliz (2018), en el pasado, la idea de inicio tradicional de los emprendimientos se asociaba con grandes inversiones en infraestructura de oficinas, mantenimiento de equipos, dotación de personal y otros factores. Sin embargo, el método del comercio electrónico ha permitido la creación de empresas en Internet para optimizar tiempos y costos.

Por lo tanto, los jóvenes lideran esta tendencia en la compra o adquisición de un producto o servicio porque hay muy poca inversión en el comercio virtual y les da la oportunidad de llegar al mercado global atrayendo a más consumidores, generar ingresos de formas más rentables que las tradicionales.

No obstante, el comercio electrónico puede generar lealtad a la marca porque construye relaciones comerciales y de consumo a largo plazo que son muy importantes para la Generación Y, donde sus intereses y necesidades son primordiales.

Pero, la situación en **Ecuador** requiere incentivos para **mejorar la economía**. El aumento de la digitalización y difusión de las tecnologías de la información tiene un impacto positivo en el desarrollo del país.

En los datos publicados por el Instituto de Emprendimiento y Desarrollo Global (GEDI), se analizan tres componentes principales para evaluar el emprendimiento de los diferentes países: actitud emprendedora, competencias para emprender y aspiraciones emprendedoras.

Aunque en el reporte emitido en el año 2017, Estados Unidos lidera como el país más emprendedor manteniendo su posición desde el año 2016, donde el componente “aspiraciones emprendedoras” es el más destacado. Resulta importante mencionar que el top 10 se mantiene ocupado por países de Europa, Norte América y Asia como se muestra a continuación.

Tabla 1-2: Los diez países más emprendedores del 2017

País	2017		2016
	Rank	Puntuación	Rank
	(1-137)	(0-100)	(1-130)
Estados Unidos	1	83,4	1
Suiza	2	78,0	8
Canadá	3	75,6	2
Suecia	4	75,5	5
Dinamarca	5	74,1	4
Islandia	6	73,5	7
Australia	7	72,5	3
Reino Unido	8	71,3	9
Irlanda	9	71,0	12
Holanda	10	67,8	13

Fuente: GEDI, 2017. (Datos publicados por el Instituto de Emprendimiento y Desarrollo Global)

Realizado por: Loja, C; Guaila, V. 2022

En cuanto a las cifras referentes a Latinoamérica y el Caribe, la actividad emprendedora es menos desarrollada, pero presenta un crecimiento económico considerable, otorgándole potencial para ocupar el top 10 en los años siguientes. El país más emprendedor, según GEDI (2017), es Chile ubicado el puesto número 18 a nivel mundial, donde el componente que más resalta es la “Actitud emprendedora”.

En tal sentido el gráfico estadístico del Desempeño de Latinoamérica y el Caribe publicado por el Instituto de Emprendimiento y Desarrollo Global (2017), Ecuador se encuentra ubicado en el puesto número doce, como se muestra a continuación.

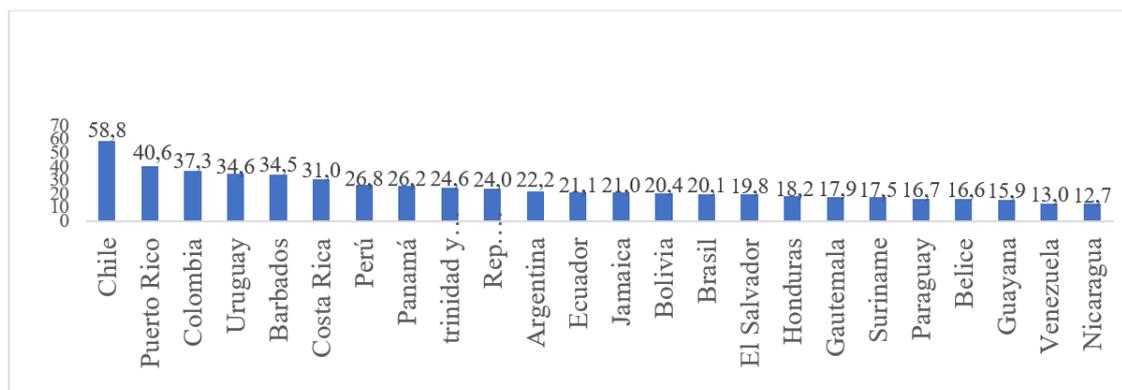


Ilustración 1-2. Desempeño Latinoamérica y el Caribe en el índice Global de Emprendimiento

Realiza por: GEDI, 2019

Debido a esto, el reporte emitido también añade que los países latinoamericanos cuentan con estructuras sociales y políticas que evitan el desarrollo económico y la mejora en oportunidades para la población. Dentro de este marco los resultados presentados por el Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020, permiten tener una visión más clara del emprendimiento a nivel del país, considerando que uno de los principales indicadores analizados fue la tasa de **Actividad Emprendedora Temprana** (TEA), donde se determinó que en el año 2019 hubo un incremento superior a la tasa del 2017, lo que significa que más de tres millones de personas se involucraron con la puesta en marcha de un negocio, como se muestra en el gráfico a continuación.

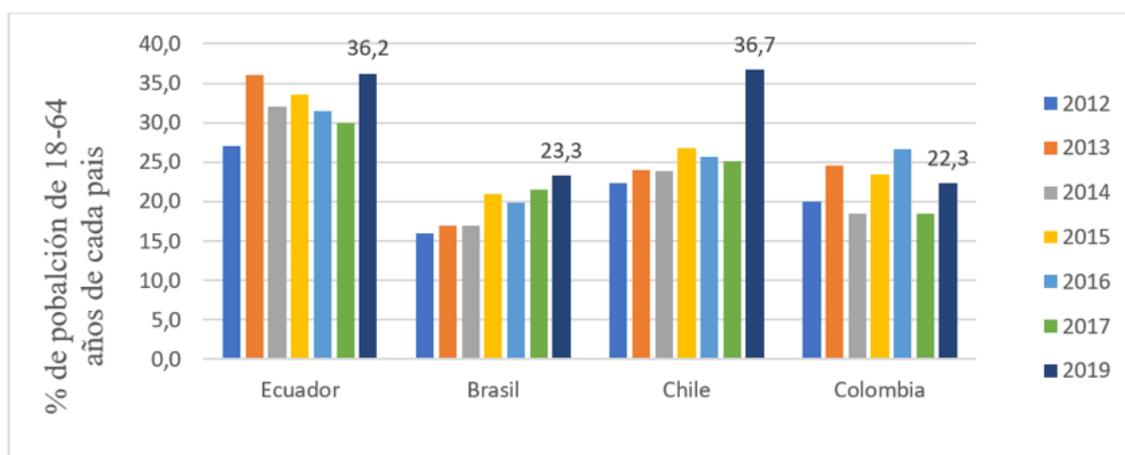


Ilustración 2-2. Evolución de la actividad emprendedora temprana en Ecuador y países seleccionados.

Fuente: GEDI, 2019.

Por otro lado, en cuanto a la comparación de la **TEA** de Ecuador con otros países de la Región, Ecuador cuenta con uno de los promedios más altos junto con Brasil y Guatemala. El cuadro a continuación permite visualizar indicadores como la intención, emprendimientos nacientes, nuevos, establecidos y TEA.

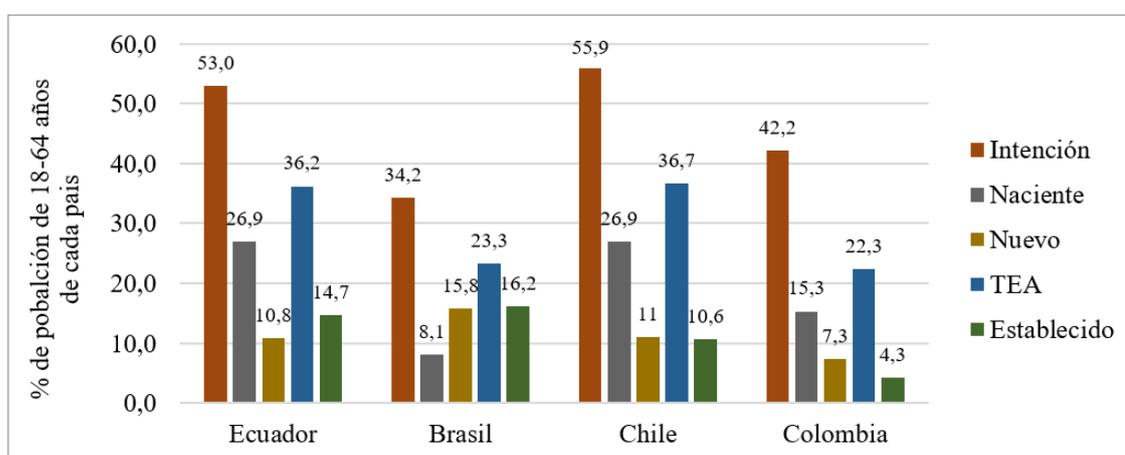


Ilustración 3-2: Comprobación del TEA de Ecuador con otros países de la Región.

Fuente: GEDI, 2019.

El Ecuador, además de tener la actividad económica temprana (TEA) alta, tiene una tasa de salida de 9,3%, siendo la mayor de la región, la cual está compuesta por el 5,86% de población que cerró

definitivamente el negocio y el 3.37% que salieron de un negocio con actividades no concluidas. A continuación, se presenta el gráfico estadístico de las tasas de salida de negocios.

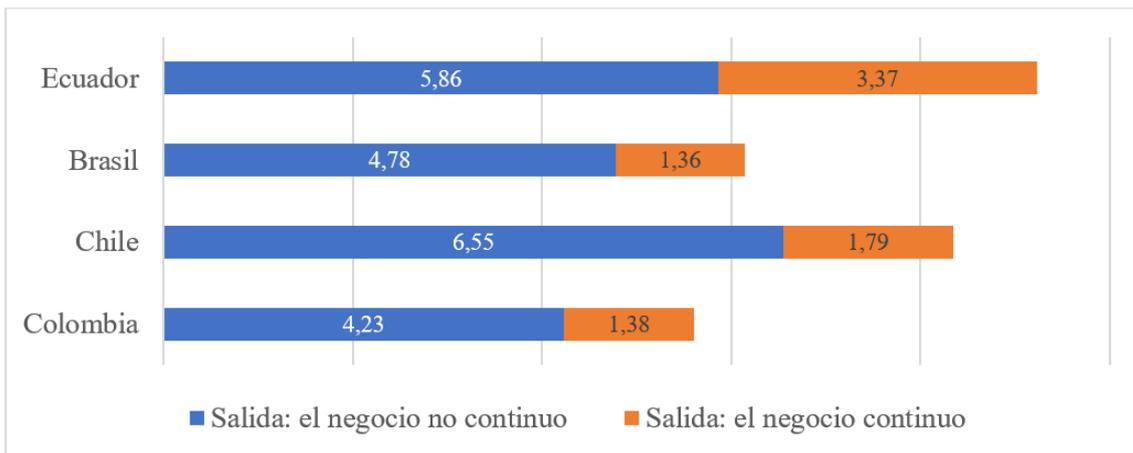


Ilustración 4-2: Tasa de salida de negocios, desglosada según la comunidad del negocio.

Fuente: GEDI, 2019

Según datos publicados por el INEC (2020), en el Ecuador, las microempresas abarcan más del cincuenta por ciento del total de empresas registradas, cuya estabilidad económica influye directamente en las estadísticas revisadas con anterioridad. En el cuadro a continuación, se presenta la cantidad de empresas registradas en el año 2020, clasificadas por el tamaño de empresa, permitiendo una mejor percepción del aporte de cada provincia.

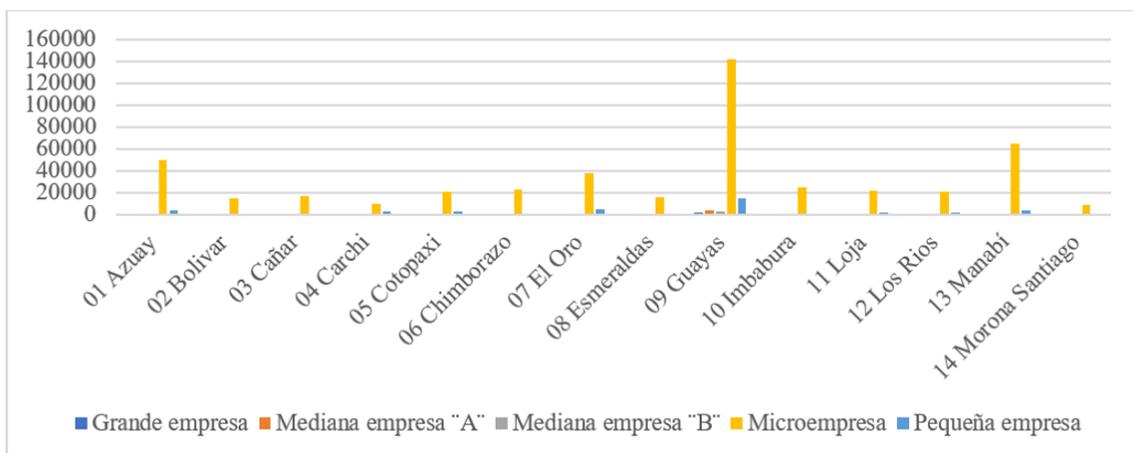


Ilustración 5-2. Distribución de empresas según el INEC en el Ecuador.

Fuente: INEC, 2019

La población objeto de estudio se encuentra ubicado en la provincia de **Morona Santiago**, que ocupa el décimo cuarto puesto en el gráfico estadístico de las empresas, contando con más de seis mil microempresas y más de trescientas pequeñas empresas que aportan a la economía de la localidad.

Para ello, en líneas generales en el fascículo provincial de Morona Santiago, elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, se determina que las actividades económicas potenciales son la **agricultura y ganadería**, donde la mayor parte de la población trabaja por

cuenta propia, ubicándose en segundo y tercer lugar a diferencia de los empleados privados y públicos respectivamente.

Tabla 2-2: Actividad económica potenciales en Morona Santiago 2020

Ocupación	Hombre	Mujer
Empleado privado	5206	2206
Cuenta propia	14425	11413
Jornalero o peón	3865	710
Empleado u obrero del Estado Municipio o Consejo Provincial	3157	3492
No declarado	1446	1451
Empleado Doméstica	67	952
Patrono	864	611
Trabajador no remunerado	940	771
Socio	546	322
Total	30516	21928

Fuente: GEDI, 2017.

Realiza por: Loja, C; Guaila, V. 2022

Sin embargo, a pesar de que se considera que el sector agrícola y ganadero es una actividad económica potencial, en el año 2020, solamente el 12,29% del total de empresas registradas según el INEC se dedican a la agricultura, ganadería, avicultura y pesca, ya que las empresas de servicio ocupan cerca del 50% a nivel de la provincia como se demuestra a continuación.

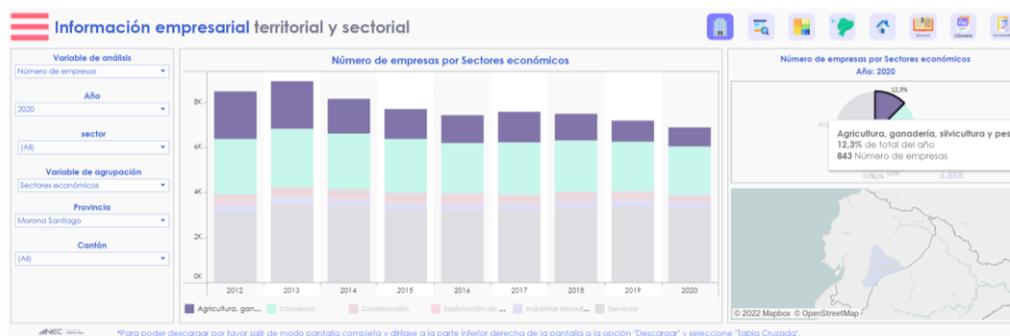


Ilustración 6-2: Número de empresas dedicadas a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca en Morona Santiago.

Fuente: INEC 2020

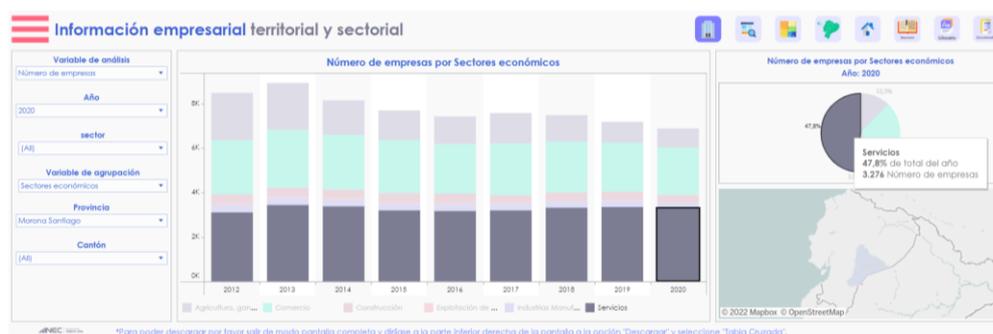


Ilustración 7-2: Número de empresas dedicadas a la prestación de servicios en Morona Santiago.

Fuente: INEC 2020

Si bien se comprueba una disminución en la cantidad de empresas como efecto directo de la pandemia del año 2020, existe un incremento de 0.46% con referencia al número de empresas que se dedican al comercio, y del 1.11% de las que se dedican a la prestación de servicios.

Bittman (2020), considera que los emprendedores son aquellos individuos que desean emprender poseen sensibilidad para el desarrollo de un negocio debido a su capacidad de liderazgo y de aprovechamiento de oportunidades. Para ello, requieren de herramientas administrativas que les permita analizar su negocio de forma interna y externa para alcanzar los objetivos.

De esta manera, las **herramientas administrativas** permiten el análisis de las variaciones anteriormente presentadas, facilitando la determinación de las fortalezas y debilidades de los emprendimientos. Según (León J. F., 2018), una herramienta administrativa ayuda a la organización de una empresa, mediante la utilización de instrumentos que existen en la actualidad los mismo que ayudarán a los gerentes y directivos de los diferentes emprendimientos a tomar decisiones de manera oportuna y estas serán cruciales para el buen manejo del negocio.

Entre las herramientas administrativas que destacan, se encuentra: el Empowerment Empresarial, Benchmarking, Balanced Scorecard (BSC) y el Modelo Lienzo Canvas.

Según (Solorzano, 2019) se refiere al **Empowerment Empresarial** como una herramienta que ayuda a medir la productividad de los colaboradores de un emprendimiento, haciendo énfasis en cómo el estado anímico de cada individuo dentro de sus labores. Entre los beneficios principales se encuentra la generación de mayor autoestima, incrementar la satisfacción laboral, promover el trabajo en equipo, mayor eficiencia y productividad.

También otra herramienta administrativa es el **Benchmarking**. Según (Estrada, 2021) manifiesta que es una herramienta que propone una autoevaluación comparativa con otros negocios y con ello, verificar el rendimiento considerando la competencia. Estrada menciona que la utilización del Benchmarking no es hacer una copia de la competencia sino tomar lo más relevante e implementarlo en la empresa para su desarrollo y mejora.

Por otra parte, el **Balanced Scorecard** (BSC) o más conocido como el Cuadro de Mando Integral se concibe como una herramienta de gestión integral para una organización la misma que implementa estrategias que den el cumplimiento de la misión y la visión y así define claramente cada uno de sus objetivos, relacionándolos de manera definida y permanente para llevar un control mediante su ejecución.

Asimismo, (Jijón, 2020) menciona que en la actualidad hay una diversidad de emprendimientos los cuales son administrados por jóvenes y adultos mayores que buscan de una u otra manera una oportunidad de generar ingresos, el Balance Scorecard permite al emprendedor implementar

ciertas estrategias para dar un seguimiento a todos los procesos internos, reconociendo las necesidades de los clientes y así favorecer a las utilidades del negocio, a mediano y largo plazo.

En cuanto al **Modelo de Lienzo Canvas**, Carvajal (2018) asegura que, al aplicarlo, brinda la posibilidad de implementar a su libertad el modelo de un emprendimiento o idea de negocio, siendo flexible a las distintas realidades del mercado objeto de estudio.

El modelo Canvas está establecido por 9 componentes que se detallan a continuación:

Segmento clientes

En el año 2021, Sonderegger, P. en su artículo “Cómo utilizar el Business Model Canvas (Lienzo de Modelo de Negocio) para reducir el riesgo” Asegura que los clientes son la piedra angular de cualquier modelo de negocio, ya que ninguna empresa puede prosperar sin clientes. Se agrupan en segmentos y los modelos de negocio pueden dirigirse a uno o más segmentos de ese mercado.

Propuesta de valor

Una vez que se conocen los segmentos de clientes, Osterwalder (2011) asegura que se crea la propuesta de valor, por lo que los consumidores convierten un negocio en otro debido a que se busca distinguirse de la competencia y resolver los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades. Es decir, es una selección de productos o servicios que cumplen con los requisitos de un segmento particular de clientes.

Canales

Una vez que se conoce la propuesta de valor, las herramientas que se recomienda utilizar son los canales de comunicación, distribución y ventas entre los emprendimientos y los clientes que juegan el papel principal en su experiencia, por lo cual Cáceres Prada (2020) menciona que se garantiza una transmisión correcta de la propuesta de valor del negocio y se vea reflejado a corto y a largo plazo.

Relación con los clientes

Herrera (2015) en su artículo “El modelo Canvas en la formulación de proyectos” menciona que el establecer relaciones con los clientes beneficia a cada uno de los emprendimientos ya que estos mantienen como foco principal priorizar los diferentes mercados y los potenciales clientes.

Recursos claves

Corma (2017) manifiesta que los recursos claves son fuentes e insumos no garantizados que generan utilidades, permiten a la empresa crear una propuesta de valor necesaria para desarrollar el modelo de negocio, y se incluye toda la oferta, por lo que se deben identificar recursos significativos, humanos y materiales, realizables. Dentro de sus límites, estos recursos pueden ser: físicos, humanos, materiales, tecnológicos y financieros.

Fuente de ingresos

Según Cotto Navas (2022, p. 18), la fuente de ingresos es la que se produce al momento de que los clientes aceptan los valores propuestos. Pueden ser de dos tipos, aquella fuente de ingresos puntual que se realiza una sola vez y la otra que se deriva en pagos periódicos a cambio de un suministro del servicio.

Actividades clave

Las actividades claves según Cotto Navas (2022, p. 16), son aquellas propuestas de valor que se enfoca en dar a conocer al público objetivo sobre los aspectos de relevancia de una empresa de manera que dé a conocer a los clientes, una idea clara de cómo un negocio, producto o servicio puede ser necesario para él.

Socios clave

Son aquellos de los cuales depende la marcha del modelo de negocios, pues una alianza adecuada permitirá que los productos o servicios suministrados sean de calidad y que el resultado de la relación costo-beneficio sea a favor de la rentabilidad del negocio. Cotto Navas sostiene que “los socios clave describen las alianzas más importantes que se requieren para que el Modelo de Negocio funcione” (Navas, 2022, p. 15).

Estructura de costos

Cada uno de los elementos mencionados forman parte de la estructura de costos, ya que, desde la elaboración, entrega de valor hasta el mantenimiento de la relación entre los clientes y el negocio implica un costo. Una vez que se han definido los recursos, actividades y socios clave, se puede determinar de forma eficaz y rápida cuáles son los costos que tienen relación con el negocio. “Los diferentes elementos del modelo de negocio conforman la estructura de costes. Tanto la creación y la entrega de valor como el mantenimiento de las relaciones con los clientes o la generación de ingresos tienen un coste”. (Navas, 2022, p. 18). Entonces, como un método para analizar de forma efectiva la población objeto de estudio, se plantea el modelo Canvas que permite establecer cómo se involucran la oferta y demanda en el desarrollo y aplicación del presente trabajo de investigación.



Ilustración 8-2: Lienzo modelo Canvas.

Fuente: Cotto Navas, 2022.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

El enfoque de la investigación es mixto. Por una parte, es cualitativo al tener el propósito de obtener información sobre el desarrollo y comportamiento de las economías locales en función de los emprendimientos de la localidad. Es cuantitativo, debido a la aplicación de herramientas estadísticas, así como la síntesis e interpretación de sus resultados.

3.2. Nivel de Investigación

El nivel de investigación es correlacional ya que su propósito es la evaluación estadística del comportamiento de dos variables de manera que se pueda determinar su relación.

3.3. Diseño de investigación

3.3.1. *No experimental*

El diseño de investigación es no experimental porque se dirige al diagnóstico de una situación real de la población objeto de estudio, sin la intervención directa del investigador.

3.4. Tipo de estudio

El tipo de estudio es aplicado ya que el propósito de la investigación es el diagnóstico del contexto en el que se desenvuelve la población objeto de estudio. Además, este proyecto, por la forma de levantamiento de datos, corresponde a la investigación documental porque existe la revisión de tesis, artículos científicos, documentos de población objeto de estudio, bibliografía, entre otros.

3.5. Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

3.5.1. *Población*

La población es un término utilizado para hacer referencia a la suma total de todos los individuos que son objeto de estudio. Tal como menciona Pérez, Perez & Seca (2020), al ser un conjunto de todas las unidades que se van a estudiar.

3.5.1.1. *Línea base de las economías locales*

Según, datos tomados del Servicio de Rentas Internas (SRI) y del Catastro de Patentes del año 2021 en el cantón Morona, se encuentran registrados un total de 10.152 contribuyentes, de los cuales, las actividades económicas potenciales son de prestación de servicios profesionales, negocios comerciales, entre otras actividades. Esta información fue obtenida una vez cruzada la información entre los registros de las patentes municipales y registro de contribuyentes del SRI, mediante el uso de hojas de cálculo.

3.5.2. *Muestra*

La muestra, a diferencia de la población, consiste en una pequeña parte que permitirá emitir conclusiones generales en base a resultados específicos. Para Perez, Perez & Seca (2020) consiste

en seleccionar un subconjunto de elementos del total de la población para aplicar las herramientas de análisis respectivas.

Para el cálculo respectivo de la muestra, se considerará la fórmula para una población finita:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{(N - 1)e^2 + Z^2 PQ}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

Z = Nivel de confiabilidad

P = Probabilidad de ocurrencia

Q = Probabilidad de no ocurrencia

N = Población Universo

e = Error máximo

Desarrollo:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(10152)}{(10152 - 1)(0.07)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$
$$n = 371$$

De esta manera, se considera una muestra de 371 personas las cuales se les hará preguntas encaminadas a conocer cómo se encuentra la economía local.

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1. Métodos

3.6.1.1. Método deductivo

Monroy & Nava (2018), sostiene que el método deductivo es aquel que lleva al conocimiento mediante un diagnóstico de lo general a lo particular y que permite analizar un caso en específico luego del planteamiento de una serie de premisas, lo que facilita el desarrollo del presente trabajo de investigación donde se evaluará una situación global hasta llegar a conclusiones particulares sobre la situación actual de los emprendedores.

3.6.2. Técnicas

3.6.2.1. Encuesta

Monroy & Nava (2018), aseguran que una encuesta es un método de investigación para recopilar información de personas sobre una amplia gama de temas, tiene muchos objetivos y se puede realizar de muchas maneras según el método elegido y los objetivos que se deseen lograr.

Por lo que, mediante las encuestas, se desea indagar sobre el perfil del emprendedor en el cantón Morona, midiendo su preparación y su visión con respecto a la actividad económica que realiza.

3.6.3. Instrumentos

3.6.3.1. Cuestionario

Según Martínez (2012), el cuestionario hace referencia a una lista de preguntas que tienen la finalidad de recolectar información de forma específica.

3.6.3.2. *Hoja de cálculo*

Es un software que facilita el uso de fórmulas y establecer múltiples operaciones complejas matemáticas, permitiendo obtener resultados de forma efectiva y automática (Mejía, 2019).

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En base a la información cruzada entre los registros de contribuyentes en el SRI y Catastro de Patentes Municipales, existen 10.152 emprendedores cuyo registro se encuentra vigente. Se procedió a segmentar en base a la actividad económica que realizan, como se muestra a continuación con la finalidad de determinar la participación de los emprendedores.

Tabla 1-4: Segmentación por actividad económica.

ACTIVIDAD ECONÓMICA	CANTIDAD	%
SERVICIOS PROFESIONALES	4581	45,12%
NEGOCIOS COMERCIALES	2387	23,51%
TRANSPORTE	977	9,62%
RESTAURANTES	822	8,10%
TALLERES INDUSTRIALES, CARPINTERÍAS, SASTRERÍAS	504	4,96%
HOTELES	303	2,98%
AGRICULTURA Y GANADERÍA	290	2,86%
PANADERÍA Y PASTELERÍA	288	2,84%
TOTAL	10152	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

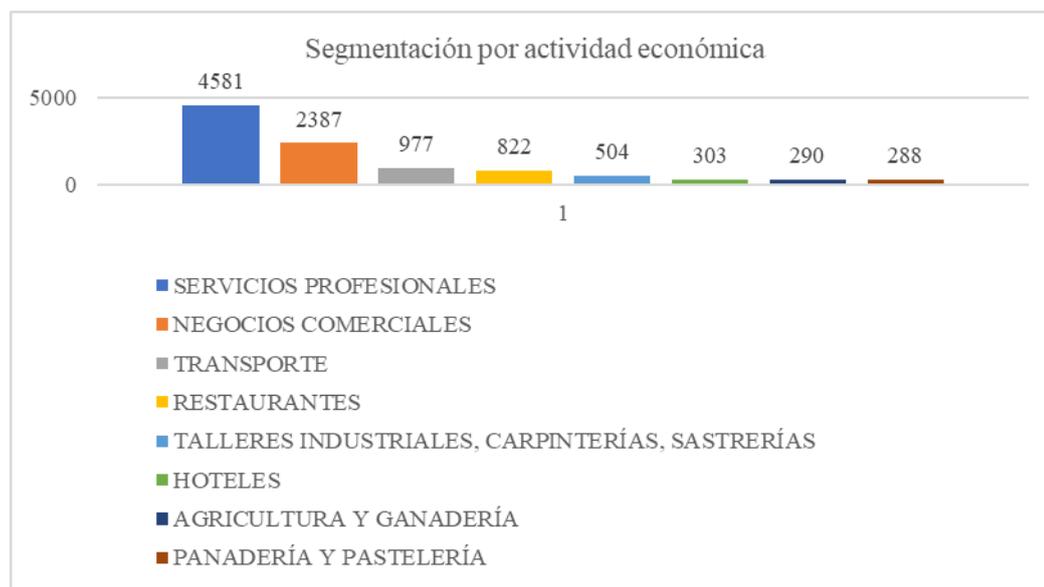


Ilustración 1-4: Segmentación por actividad económica

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

Luego de haber recopilado la información obtenida de las encuestas aplicadas a los emprendimientos del cantón Morona, los resultados son los siguientes:

Tabla 2-4: Edad

VARIABLE	CANTIDAD	%
18 a 28 años	107	28,84%
29 a 38 años	56	15,09%

39 a 48 años	60	16,17%
49 a 58 años	51	13,75%
59 a 65 años	46	12,40%
66 o más	51	13,75%
TOTAL	371	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

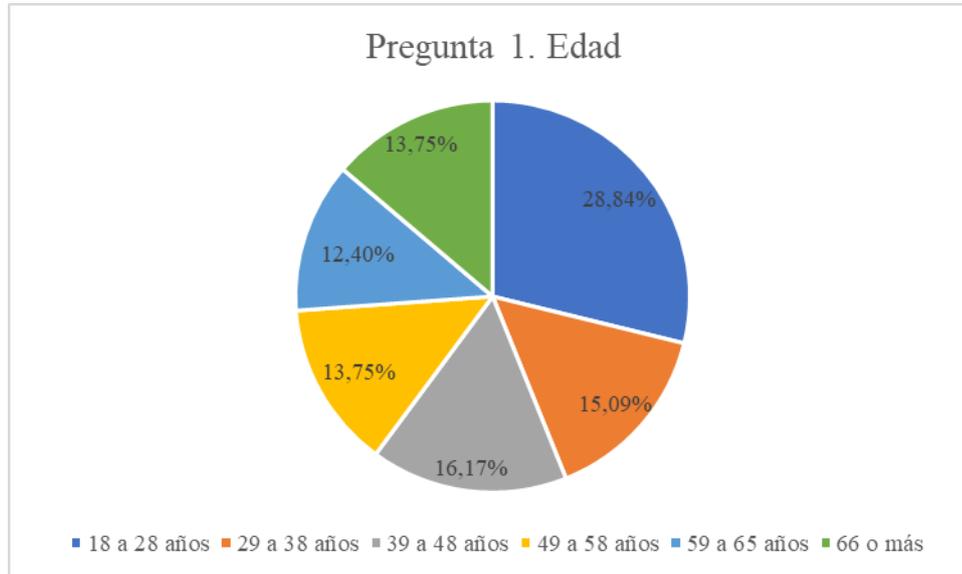


Ilustración 2-4. Edad

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

Interpretación

Según (Pillana, 2019) menciona que tomar en cuenta la edad denota que rango asume mayor importancia y toma la posta para liderar dentro de un mercado lleno de ideas y posibilidad de extenderse, del total de emprendedores, aquellos que tienen una edad que oscila entre los 18 a 28 años son los que tienen mayor participación en el desenvolvimiento de la economía de la ciudad de Macas con el 28.84%.

De esta manera, se puede asegurar que gran parte de la población juvenil es la que posee la iniciativa de emprender un negocio.

Tabla 3-4: Sexo

VARIABLE	CANTIDAD	%
Femenino	157	42,32%
Masculino	214	57,68%
TOTAL	371	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

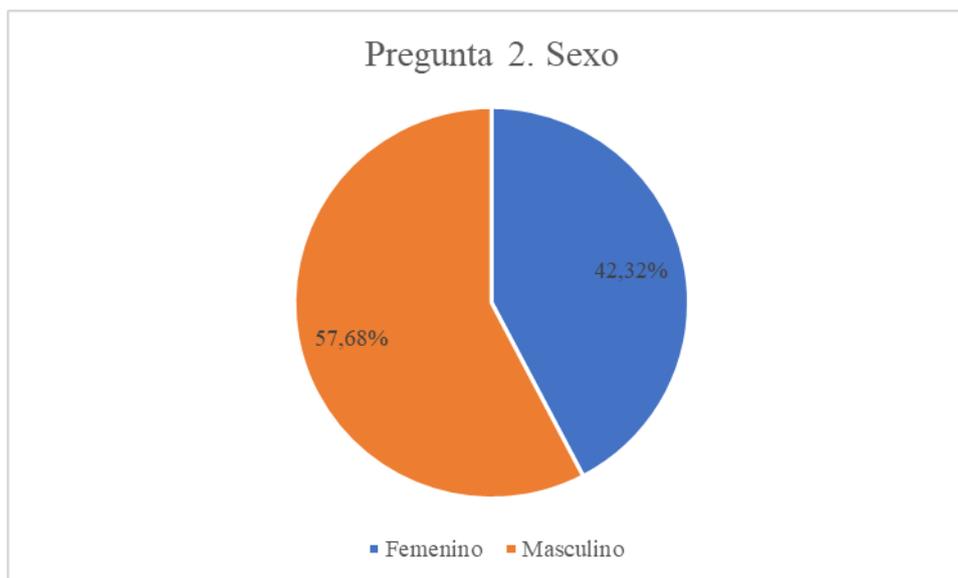


Ilustración 3-4. Sexo

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

Interpretación

Según (Emilia, 2019) menciona que la comisión económica para América Latina y el Caribe, considera relevante tomar en cuenta el sexo de los individuos ya que, en la antigüedad no se consideraba la inserción de la mujer en el mundo laboral, de la totalidad de emprendedores encuestados, el 57.68% son hombres mientras que el 42.32% son mujeres,

Por lo que se puede evidenciar que no existe una variación considerable en cuanto a su participación en el mercado, considerando que en la actualidad existen normas y reglamentos que favorecen y motivan la participación de la mujer en todas las áreas económicas posibles.

Tabla 4-4: Formación académica.

VARIABLE	CANTIDAD	%
Básica	15	4,04%
Bachillerato	192	51,75%
Tercer Nivel	114	30,73%
Cuarto Nivel	41	11,05%
Ninguna	9	2,43%
TOTAL	371	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

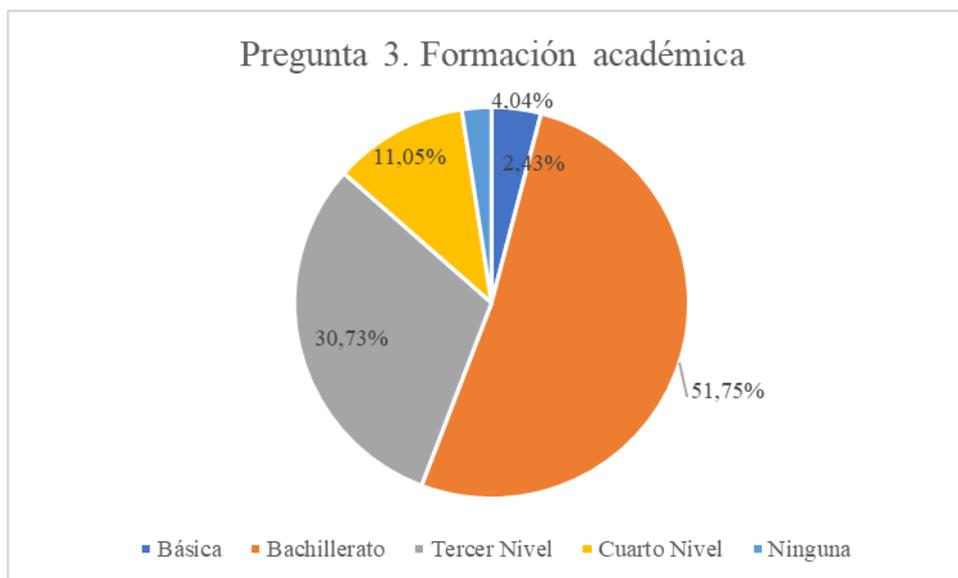


Ilustración 4-4: Formación académica.

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

Interpretación

Según (Guachimposa, Victor; Lavin José, 2019), menciona que conocer la formación académica destaca los conocimientos que cada uno de los emprendedores pueden implementar en sus posibles negocios. De la totalidad de emprendedores, el 51.75% es bachiller, seguido por un porcentaje considerable del 30.73% que tiene formación de tercer nivel.

Por lo tanto, se evidencia que más de la mitad de los emprendedores no han tenido una formación académica acorde a la actividad económica que realiza.

Tabla 5-4: Especialidad de sus estudios

VARIABLE	CANTIDAD	%
Agropecuario	40	10,78%
Arquitectura	1	0,27%
Básica	13	3,50%
Ciencias sociales	42	11,32%
Contabilidad, Administración de Empresas, Marketing, Finanzas, etc.	90	24,26%
Eléctrico	2	0,54%
Gastronomía	47	12,67%
Informática, Software, etc.	74	19,95%
Ingeniería Civil y Mecánica	7	1,89%
Mecánico Industrial	3	0,81%
Ninguna	7	1,89%
Odontólogo	4	1,08%
Optometría	2	0,54%
Peluquero	4	1,08%
Profesor Educación Básica	28	7,55%
Psicólogo Clínico	2	0,54%
Sastre	3	0,81%
Soldador	2	0,54%
TOTAL	371	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

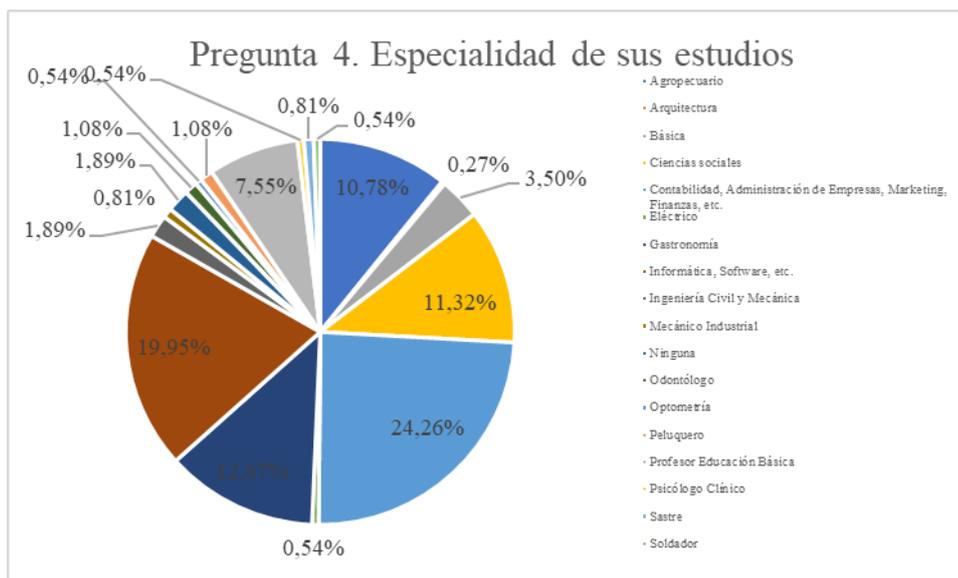


Ilustración 5-4: Especialidad de sus estudios.

Realizado por: Loja, C.; Guaiña, V. 2022

Interpretación

Según (Zapata, 2019) manifiesta la especialización permite desarrollar y fortalecer capacidades y habilidades para la aplicación en sus emprendimientos. De la totalidad de emprendedores encuestados, el 24.26% tiene formación en el área contable ya sea por la preparación académica en ramas similares tanto en básica superior como universitaria.

De esta manera, se puede decir que poseen conocimientos básicos sobre el manejo de ingresos y gastos para la ejecución de sus negocios, sin embargo, no ejercen la profesión en la que se formaron.

Tabla 6-4: ¿Tiene algún tipo de registro?

VARIABLE	CANTIDAD	%
Patente municipal	144	38,81%
RIMPE	169	45,55%
RUC	58	15,63%
TOTAL	371	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaiña, V. 2022.

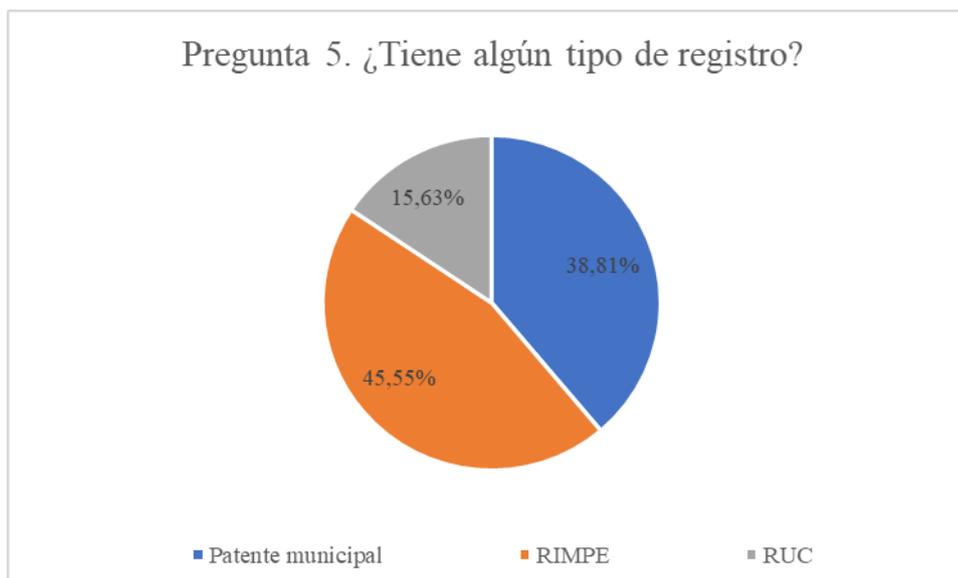


Ilustración 6-4: ¿Tiene algún tipo de registro?

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

Interpretación

Según (León J. R., 2019) considera que mantener registros en base a la normativa legal y tributaria que rige en el país, garantizan una buena organización y el manejo de la información contable de los diferentes locales.

De la totalidad de emprendedores encuestados, el 56.33% de la población se rige a las normas y reglamentos que el SRI promueve con la utilización de Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE) y el Registro Único de Contribuyentes (RUC), y no tan distante con un 33.69% con la utilización de una patente municipal la misma que se basa en los reglamentos que implementa el municipio del cantón Morona para los emprendedores.

Tabla 7-4: ¿Cómo conoció de la actividad económica del emprendimiento?

VARIABLE	CANTIDAD	%
Idea propia	153	41,24%
Sugerencia de amigos	93	25,07%
Tradición familiar	125	33,69%
TOTAL	371	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022.



Ilustración 7-4: ¿Cómo conoció de la actividad económica del emprendimiento?

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

Interpretación

Según (Méndez Bravo, 2018) menciona que un emprendimiento puede resultar de diversas maneras, estas pueden ser por herencia familiar, idea propia, o la necesidad de tener ingresos para la familia o para suplir las diversas necesidades de una ciudad o país. De la totalidad de encuestados, se muestra que un 41.24% de emprendedores ponen en marcha un negocio por idea propia, demostrando la intención de superación que mantiene, pero un 33.69% se mantiene por la tradición familiar y sigue con la idea de negocio y como un tercer aspecto que consideran los emprendedores es la sugerencia de amigos, esto dando como resultado un 25.07%.

Tabla 8-4: ¿Por qué nace la idea del emprendimiento?

VARIABLE	CANTIDAD	%
Es un hobby	52	14,02%
Estudio de mercado	5	1,35%
Por la rentabilidad de los demás emprendimientos	180	48,52%
Redes sociales	37	9,97%
Vi la necesidad en el sector	97	26,15%
TOTAL	371	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022.

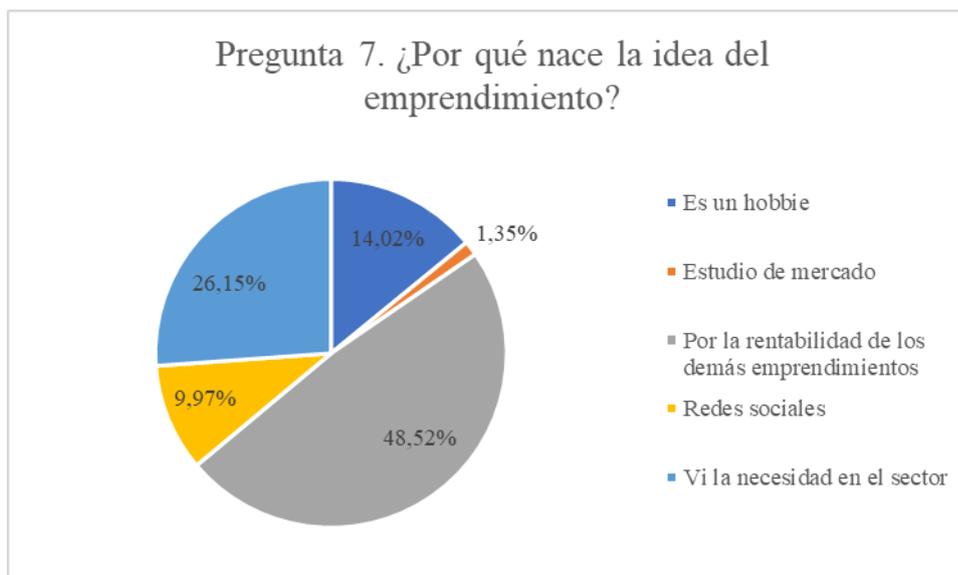


Ilustración 8-4: ¿Por qué nace la idea del emprendimiento?

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

Interpretación

Según (Ismael, 2021) asegura que nace como una idea intrínseca del ser humano que surge tras la búsqueda de oportunidades de negocio el cual, se alimenta de diversas características motivacionales, mentales o por el valor que el mercado proponga. De la totalidad de emprendedores encuestados, el 48.52% de la población emprendió un negocio por la rentabilidad que percibió en los demás, un 26.15% analizó la necesidad del sector y el 14.02% mantiene su negocio a raíz de un hobby.

Es decir que, la razón principal por la que nace un emprendimiento es por motivación de la rentabilidad que se visualiza en terceros.

Tabla 9-4: ¿Cómo define su actividad económica?

VARIABLE	CANTIDAD	%
Empresario	43	11,59%
Pequeño empresario	88	23,72%
Microempresario	90	24,26%
Servicios profesionales	150	40,43%
TOTAL	371	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022.

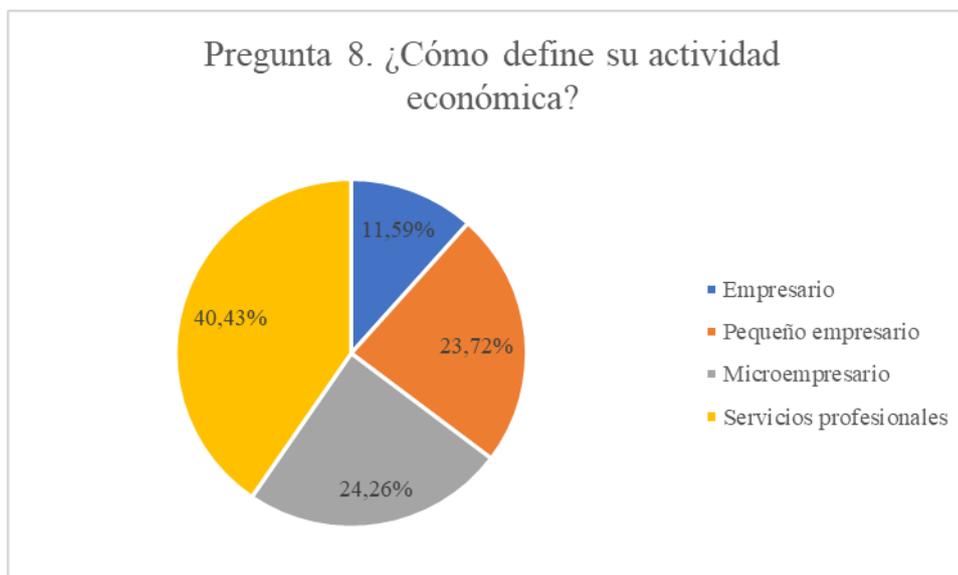


Ilustración 9-4: ¿Cómo define su actividad económica?

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

Interpretación

Según (Moscoso, 2021) menciona que el considerar estos parámetros especificaran de manera más clara como están definidos cada uno de ellos en sus emprendimientos según su capacidad y visión que mantengan para desarrollarse dentro de la ciudad en la que estén ubicados. De la totalidad de emprendedores encuestados, el 40.43% manifiesta que es un trabajador independiente, el 23.72% se consideran pequeños empresarios y el 24.26% como microempresario, tan solo el 11.59% se autodefine como empresarios a pesar de que el negocio no tenga el tamaño y participación de una gran empresa.

Tabla 10-4: ¿Ha realizado algún tipo de capacitación en el último año, según su actividad económica?

VARIABLE	CANTIDAD	%
Si	193	52,02%
No	178	47,98%
TOTAL	371	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022.

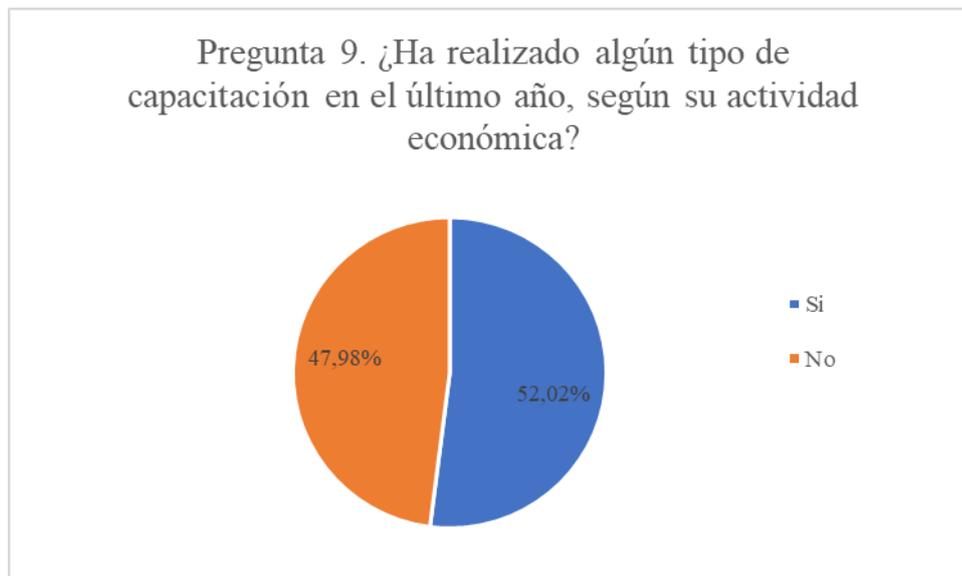


Ilustración 10-4: ¿Ha realizado algún tipo de capacitación en el último año, según su actividad económica?

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

Interpretación

La capacitación es primordial para asegurar la durabilidad de un emprendimiento a través de los años tal como menciona Rajadell (2019):

“Con el tiempo, surgen nuevas formas de satisfacer las necesidades, alternativas ¡más rápidas o más baratas a necesidades que aparentemente ya estaban cubiertas.” (Rajadell Carreras, 2019).

En efecto, del total de emprendedores encuestados, el 52,02% ha realizado capacitaciones en el último año, mientras que el 47,98% no ha formado parte de ningún tipo de capacitación. Por lo tanto, existe una participación considerable de emprendedores que no perciben la necesidad de capacitarse para el ejercicio de su actividad económica.

Tabla 11-4: En caso de una respuesta afirmativa, especifique:

VARIABLE	CANTIDAD	%
Comprobantes de venta	5	2,59%
Desarrollo y ética profesional	7	3,63%
Economía Popular y Solidaria	3	1,55%
Especialización en la actividad económica	37	19,17%
Manejo de ingresos y gastos	42	21,76%
Obligaciones tributarias	91	47,15%
Ventas y mercadeo	8	4,15%
TOTAL	193	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022.

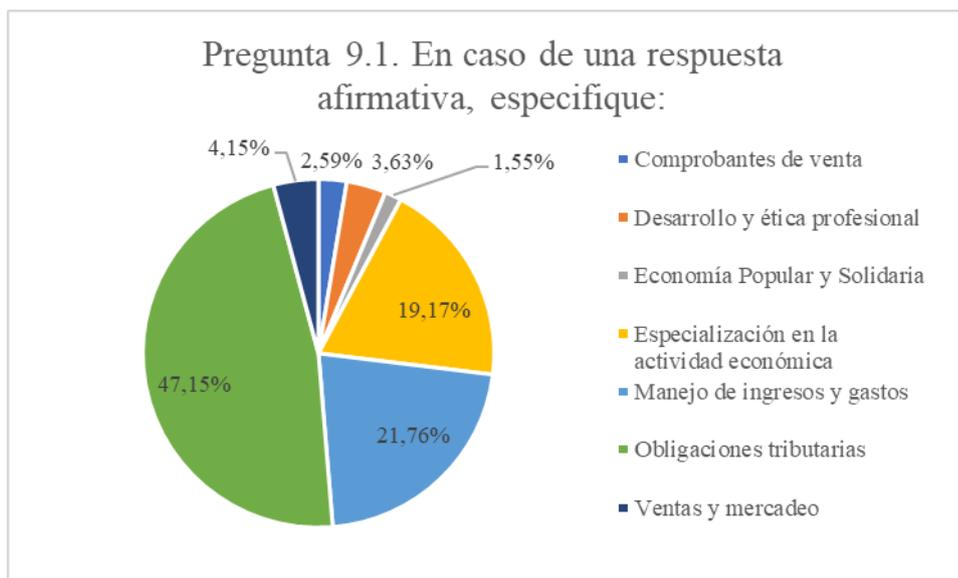


Ilustración 11-4: En caso de una respuesta afirmativa, especifique:

Realizado por: Loja, C.; Guaiña, V. 2022

Interpretación

Rajadell (2019), menciona que el nivel de formación y experiencia previa del emprendedor influyen directamente en la habilidad de identificar las oportunidades de negocio, por lo que, del total de encuestados que si han realizado capacitaciones para el ejercicio de su negocio, el 47.15% han sido enfocados en capacitaciones sobre obligaciones tributarias, seguido por la preparación del 21.76% en el manejo de ingresos y gastos y el 19.17% correspondiente a la especialización en la actividad económica que realizan.

De esta manera, se definen las tres temáticas que los emprendedores priorizan al momento de capacitarse y que tienen efecto directo en la rentabilidad de sus negocios.

Tabla 12-4: En caso de una respuesta negativa, especifique el motivo:

VARIABLE	CANTIDAD	%
Desconocimiento de instituciones capacitadoras	82	46,07%
Desconocimiento de tipo de capacitaciones disponibles	8	4,49%
Falta de dinero	4	2,25%
Falta de tiempo	46	25,84%
No lo considero necesario	38	21,35%
TOTAL	178	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaiña, V. 2022.

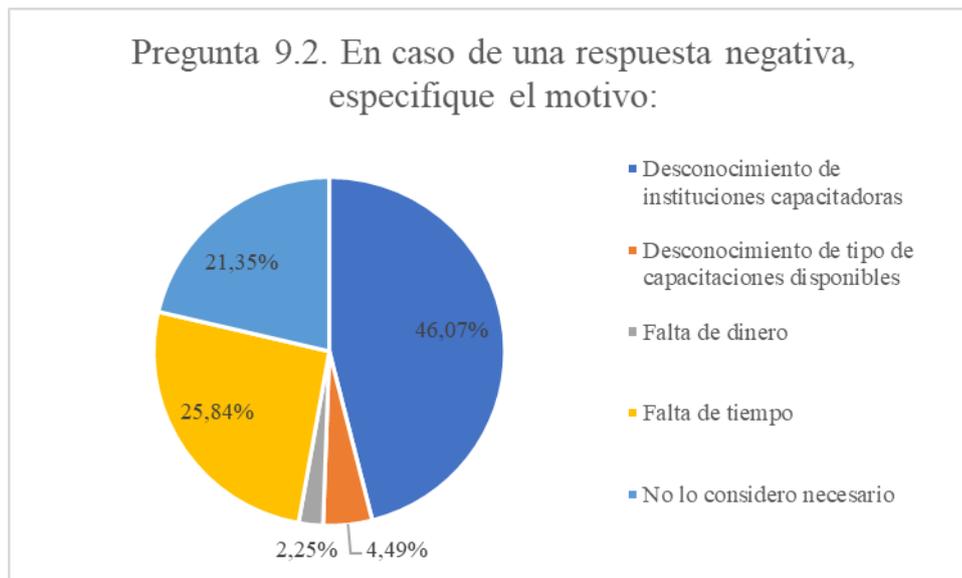


Ilustración 12-4: En caso de una respuesta negativa, especifique el motivo:

Realizado por: Loja, C.; Guaiña, V. 2022

Interpretación

Aquellos emprendedores que no ven la necesidad de capacitarse no aprovechan las oportunidades, idea defendida por Rajadell (2019):

“La adquisición de experiencia en una determinada actividad favorece el surgimiento espontáneo de oportunidades” (Rajadell, 2019, pág. 190).

Del total de emprendedores que no se han capacitado en el último año, el 47.4% es debido al desconocimiento de instituciones capacitadoras, seguido por el 26.3% que indica la desmotivación en las capacitaciones por falta de tiempo. A continuación, se encuentra el 21.6% de emprendedores que no se han capacitado porque no lo consideran necesario.

De esta manera, se deduce cerca del 50% de emprendedores no se ha capacitado por desconocimiento más no por falta de interés.

Tabla 13-4: Recursos con los que financió la capacitación.

VARIABLE	CANTIDAD	%
CEFAS	13	6,74%
Consejo Provincial	2	1,04%
Instituciones gubernamentales	57	29,53%
Junta de Artesanos	31	16,06%
MIES	24	12,44%
Municipio	31	16,06%
Propios	35	18,13%
TOTAL	193	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaiña, V. 2022.

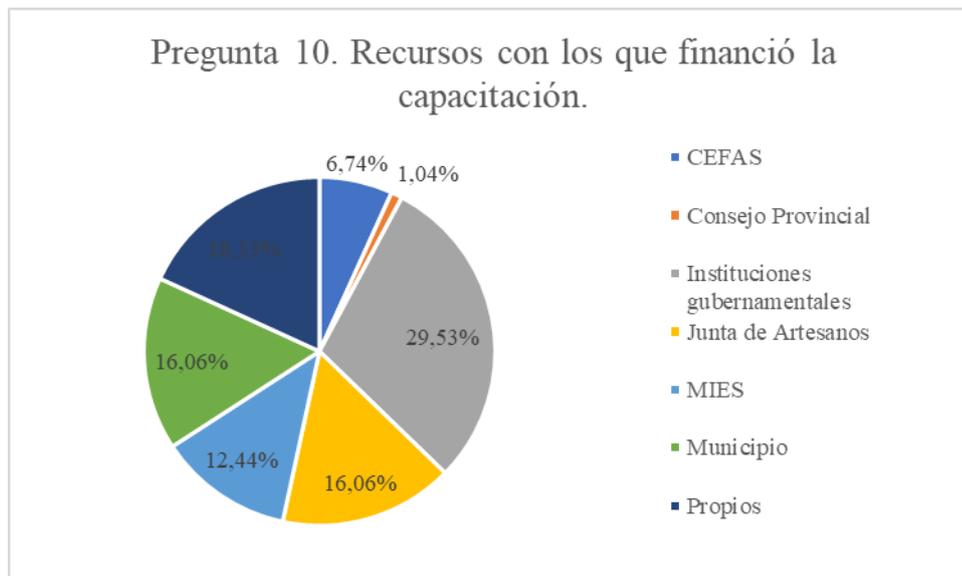


Ilustración 13-4: Recursos con los que financió la capacitación.

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

Interpretación

Otro de los factores determinantes de que los emprendedores no se capaciten, es la falta de recursos económicos, pues la mala administración financiera de los negocios les evita percibir la rentabilidad de sus emprendimientos.

Según Silva Otmara (2018):

“La importancia del capital de trabajo está dada por la inversión que hace la empresa en activos en el corto plazo”. (Otmara, 2018, pág. 7)

, refiriéndose netamente a inventarios, cuentas por cobrar y efectivo, sin embargo, la inversión en la formación y capacitación también deben ser considerador como inversión. Del total de emprendedores encuestados, el 25.88% ha financiado o financiaría sus capacitaciones haciendo uso de los recursos invertidos por parte de instituciones gubernamentales, a través de programas y colaboraciones con otros entes del gobierno. Seguido por el 18.06% de emprendedores que ha financiado su formación con recursos propios.

Además, se constata que el MIES, Municipio, Junta de Artesanos, CEFAS y otras instituciones gubernamentales tienen una participación considerable en los emprendedores que desean capacitarse.

Tabla 14-4: Para el desarrollo del negocio Ud.

VARIABLE	CANTIDAD	%
Tiene a cargo uno o más trabajadores	154	41,51%
Trabaja por cuenta propia	217	58,49%
TOTAL	371	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022.

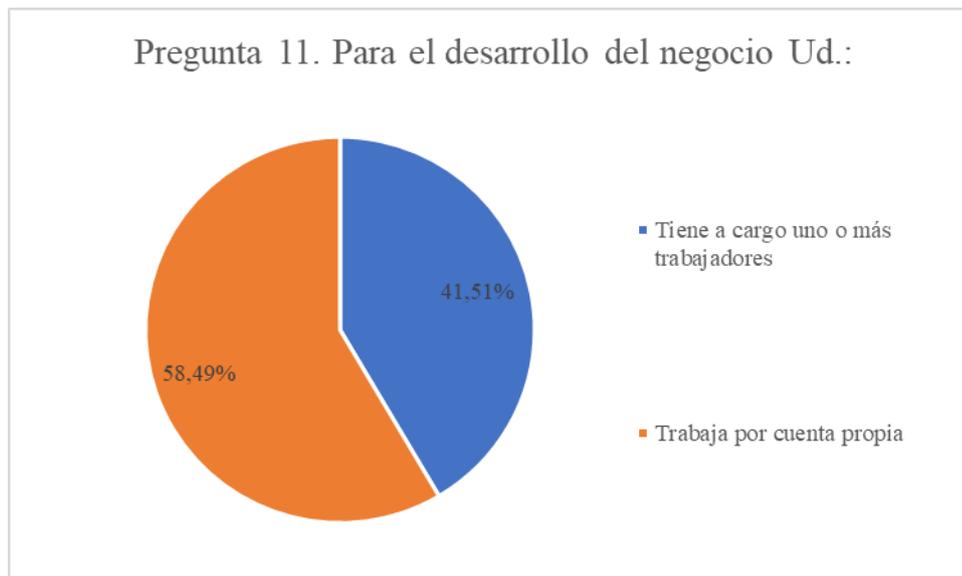


Ilustración 14-4: Para el desarrollo del negocio Ud.

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

Interpretación

Según Rajadel (2019):

“La creación de una empresa basada en las nuevas aplicaciones implica más riesgo que en el caso de una actividad conocida, porque la reacción del mercado es desconocida y la rentabilidad económica es impredecible.” (Rajadel, 2019, pág. 194)

Por lo tanto, es primordial lograr un equilibrio entre la necesidad y solvencia que tiene el emprendimiento al momento de contratar uno o más trabajadores.

Del total de emprendedores encuestados, el 58.49% trabaja por cuenta propia, mientras que el 41.51% requiere de la colaboración de uno o más trabajadores, lo que tiene relación directa con respecto al tamaño de los emprendimientos en la ciudad de Macas.

Tabla 15-4: ¿Cómo financió la puesta en marcha del emprendimiento?

VARIABLE	CANTIDAD	%
Ahorros propios	122	32,88%
Préstamos a terceros	82	22,10%
Préstamos en IFIS	167	45,01%
TOTAL	371	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022.

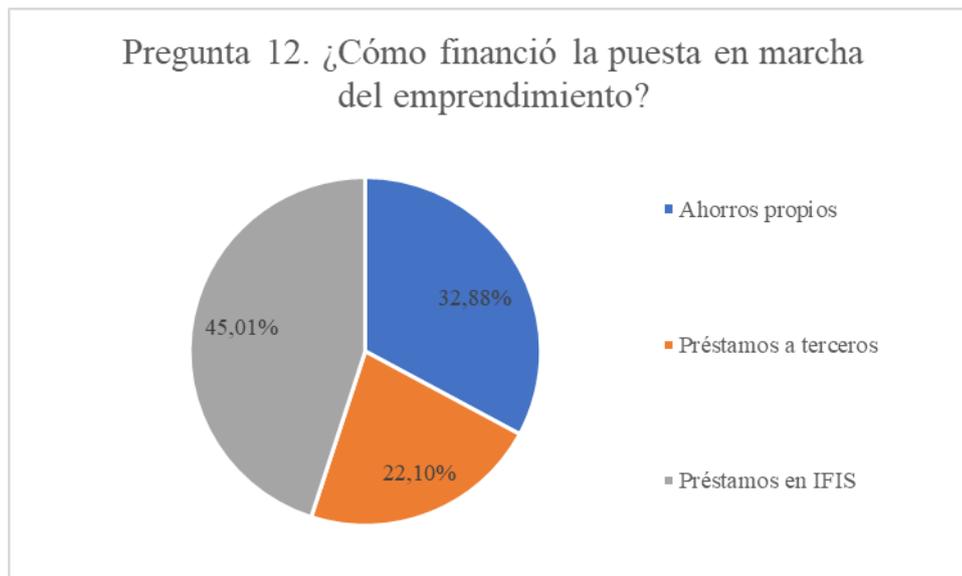


Ilustración 15-4: ¿Cómo financió la puesta en marcha del emprendimiento?

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022

Interpretación

Para la puesta en marcha de un negocio, es importante definir los recursos económicos con los que se financiará la adquisición de mercadería y demás elementos necesarios para su desarrollo. Schnarch (2019) menciona que la recolección de recursos es parte del planteo de un plan estratégico que permita visualizar de manera adecuada, la posible rentabilidad del emprendimiento.

Del total de emprendedores encuestados, el 45.10% ha recurrido al financiamiento en IFIS para la puesta en marcha de sus negocios, seguido con el 32.88% que corresponde a los ahorros propios. Sin embargo, es importante mencionar que aquellos emprendedores que se financian con préstamos a terceros tienen relación directa con chulqueros que se aprovechan de la necesidad de los ciudadanos.

Tabla 16-4: ¿Qué canales de comunicación frecuente?

VARIABLE	CANTIDAD	%
Correo electrónico	32	8,63%
Facebook	51	13,75%
Instagram	40	10,78%
Telegram	4	1,08%
Tik tok	29	7,82%
WhatsApp	161	43,40%
Ninguno	54	14,56%
TOTAL	371	100,00%

Realizado por: Loja, C.; Guaila, V. 2022.

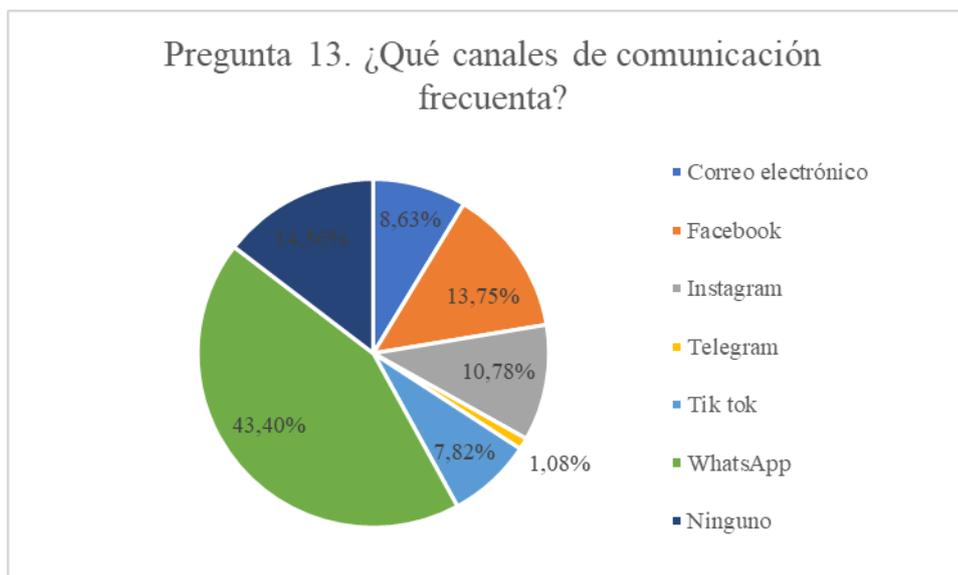


Ilustración 16-4: ¿Qué canales de comunicación frecuente?

Realizado por: Loja, C.; Guaylla, V. 2022

Interpretación

Según Nieto Torio (2014), menciona la importancia de emprender a través de internet. Desde ya tiempos anteriores se visualiza el internet como una herramienta potencial para el desarrollo de los negocios ya que el modelo de publicidad en la web es una extensión más de los medios de comunicación tradicionales.

Del total de emprendedores encuestados, el 43.40% hace uso de WhatsApp como fuente principal de información y comunicación directa con sus clientes. El 14.56% no hace uso de redes sociales, sino que mantienen su actividad económica de forma más tradicional. Sin embargo, se puede definir que alrededor del 85% hace uso de redes sociales para el ejercicio del negocio.

4.1. Comparativa de resultados

Una vez analizado los resultados obtenidos tras la aplicación de las encuestas, se realiza el contraste entre las respuestas más relevantes y que permiten establecer conclusiones generales con referencia a los emprendimientos del cantón Morona.

En primer lugar, se concluye que el 41.24% de emprendedores iniciaron la actividad económica por idea propia, sus conocimientos y estrategias se formaron con la necesidad de emprender el negocio, sin embargo, al momento de ponerlo en marcha no se realiza el debido análisis de mercado, sino que se basan en la rentabilidad de terceros para decidir si la actividad es viable o no.

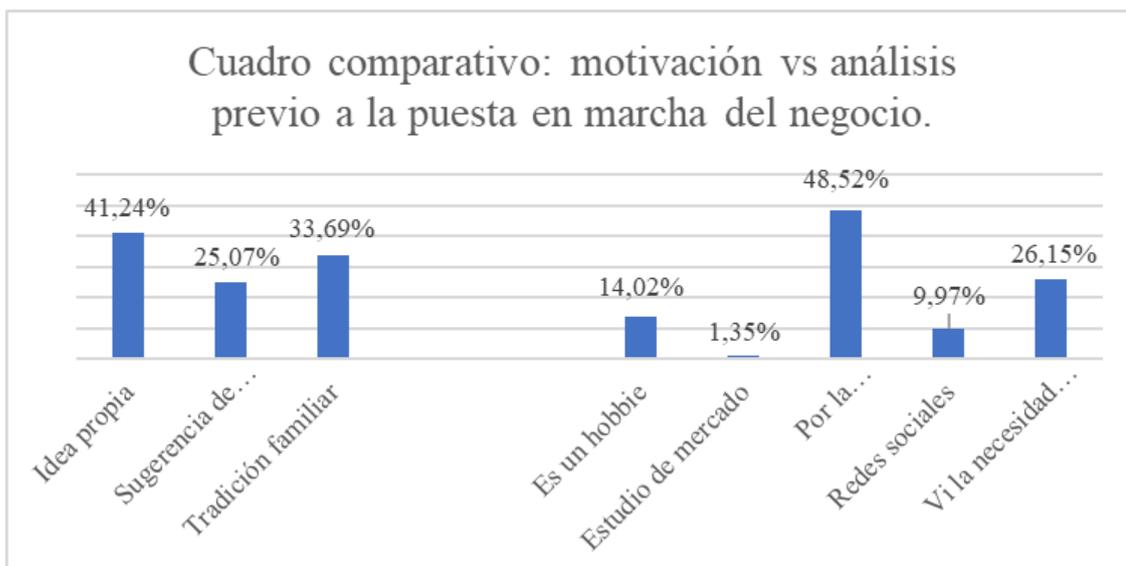


Ilustración 17-4: Cuadro comparativo motivación vs análisis previo a la puesta en marcha del negocio

Realizado por: Loja, C.; Guaylla, V. 2022

Con referencia a la formalidad de los negocios, tiene relación directa a cómo se autodenomina cada emprendedor, puesto que aquellos que se consideran empresarios son quienes se encuentran más pendientes de sus obligaciones y derechos como contribuyentes. A continuación, se refleja que más del 50% se encuentra registrado en el SRI, ya sea con RIMPE o RUC, a la vez que más del 50% se consideran pequeños empresarios, microempresarios y empresarios.

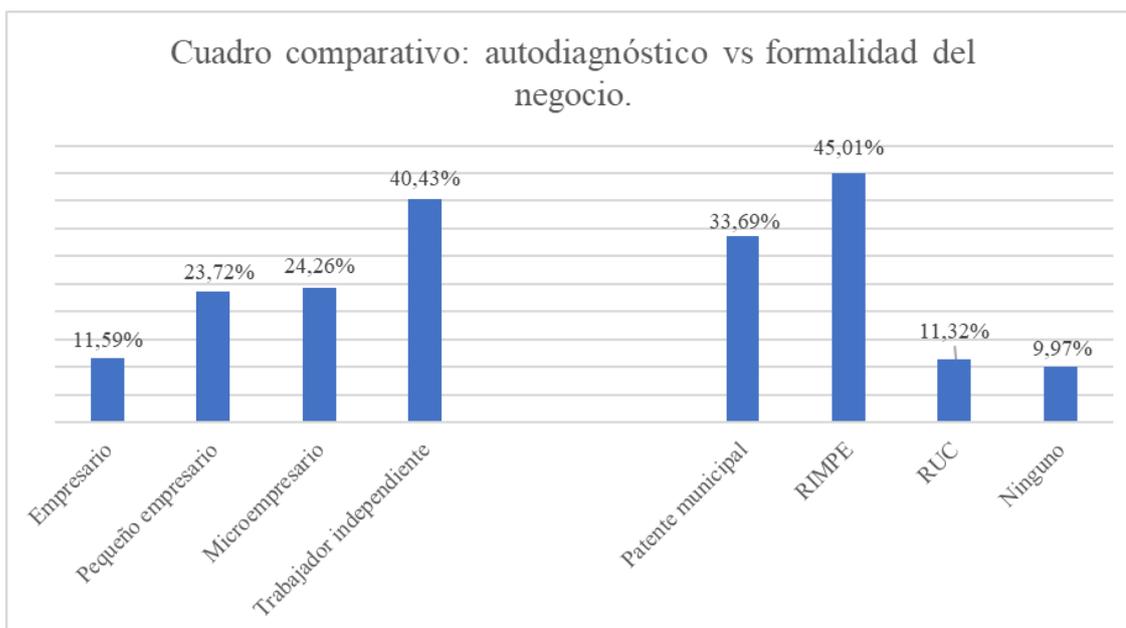


Ilustración 18-4: Cuadro comparativo autodiagnóstico vs formalidad del negocio

Realizado por: Loja, C.; Guaylla, V. 2022

Además, es importante mencionar que la forma en cómo se autodenomine el emprendedor tiene relación directa con las capacitaciones que ha realizado durante el último año, como se muestra en la figura a continuación, más del 50% considera la capacitación como un medio de mejora para

el negocio ya que adquiere nuevos conocimientos de la actividad, así como actualización de las normativas.

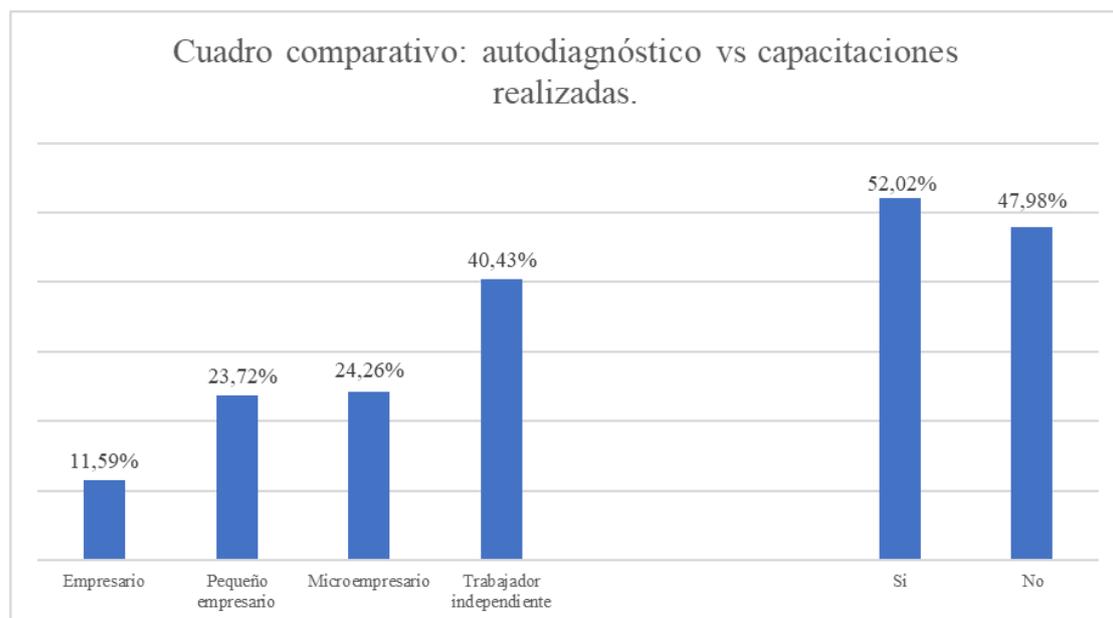


Ilustración 19-4: Cuadro comparativo autodiagnóstico vs capacitaciones realizadas

Realizado por: Loja, C.; Guaiña, V. 2022

De esta manera, la herramienta administrativa adecuada para el diagnóstico de las economías locales es el Modelo Canvas debido a que facilita una mejor comprensión de la relación que existe entre la oferta y demanda y permite emitir conclusiones mejor acertadas, debido a que es importante definir un medio de autoevaluación para los emprendedores, considerando las fortalezas y debilidades encontradas.

4.2. Diseño de herramienta administrativa para los emprendedores del cantón Morona

Para el desarrollo del modelo Canvas se considera las preguntas propuestas por Business Model Foundry AG (2022) en cada uno de sus componentes, con el fin de definir una herramienta oportuna de autoevaluación a los emprendedores.

4.2.1. Segmentos de clientes

En cuanto al segmento de clientes, está enfocado para los emprendedores del cantón Morona, considerando que la población económicamente activa es a partir de los 18 hasta los 65 años, tomando en cuenta tanto a comerciantes como a prestadores de servicios.

De esta manera los clientes más importantes son los emprendedores cuya actividad económica es la prestación de servicios profesionales al formar parte del casi 45.12% del total de la población encuestada, así como los negocios comerciales con una participación del 23.51%.

Además, es un mercado masivo, debido al incremento de emprendedores que existe tanto a nivel local como internacional considerando que muchos de ellos no se encuentran registrados de manera formal.

4.2.2. Propuesta de valor

La propuesta de valor es ofrecer una nueva perspectiva al emprendedor sobre su perfil y así reconocer sus fortalezas y debilidades en beneficio de su negocio. Esto, debido a la falta de autodiagnóstico y de visión del emprendimiento. Por lo tanto, se ofrece una herramienta administrativa de fácil comprensión y uso, sin comprometer su rentabilidad.

4.2.3. Canales

Con respecto a los canales de comunicación y según los resultados de las encuestas, WhatsApp es la red social más frecuentada con una participación de 43.40%. Por lo tanto, es el medio por el que se dará alcance sobre la herramienta administrativa a los emprendedores.

4.2.4. Relación con clientes

Con referencia a la relación con los clientes, se procura una relación constante y con asistencia exclusiva, personal y automatizada para mejorar los vínculos de confianza y garantizar el uso correcto de la herramienta administrativa propuesta.

Además, con relación al costo, no se consideran valores altos ya que, inicialmente, se realizará un plan piloto hasta su completa inserción y aceptación en la ejecución de los emprendimientos.

4.2.5. Fuente de ingresos

Actualmente, los emprendedores realizan los pagos, ya sea por capacitaciones o por nuevas inversiones en el negocio, mediante el uso de plataformas digitales de las entidades financieras debido a la innovación tecnológica de los procesos de pago. Por lo tanto, se utilizarán las mismas herramientas digitales para mayor facilidad en las transacciones.

4.2.6. Recursos clave

Con referencia a los recursos claves que requiere la propuesta de valor, se enfatizan los recursos humanos, financieros, físicos e intelectuales, que, de manera íntegra, permitan el desarrollo y crecimiento de los negocios.

4.2.7. Actividades claves

Por otra parte, para el desarrollo de la propuesta de valor se requieren actividades claves como la publicidad y gestión de inducción de la herramienta administrativa, de manera que se facilite su comprensión y utilización en el negocio, mediante el uso de las redes sociales más frecuentadas.

4.2.8. Socios clave

Los socios clave son los emprendedores de la ciudad de Macas a quienes está dirigido el presente trabajo de investigación. Además, los proveedores claves serán autoridades y docentes de la institución de manera que se dirijan los recursos necesarios para la validación y fortalecimiento de la herramienta administrativa, garantizando un mejor análisis de resultados.

4.2.9. Estructura de costos

Finalmente, la estructura de costos está conformada por costos publicitarios y los correspondientes a la gestión de capacitación a los emprendedores ya que inciden en el uso de funciones promocionales en redes sociales, y la inversión en la logística de las capacitaciones sobre la herramienta administrativa propuesta.

Una vez desarrolladas las preguntas clave para la aplicación del modelo Canvas, se procede a sintetizar en un gráfico de manera que resuma el análisis de oferta y demanda realizado a los emprendimientos del cantón Morona.

<p>8 SOCIOS CLAVES Son recursos emprendedores de la ciudad de Macas</p>	<p>7 ACTIVIDADES CLAVES Publicidad y gestión de inducción de la herramienta administrativa</p>	<p>2 PROPUESTA DE VALOR La propuesta de valor es obtener una nueva perspectiva del perfil de cada emprendedor.</p>	<p>4 RELACIONES CON CLIENTES Se procura una relación constante y con asistencia exclusiva, personal y automatizada</p>	<p>1 EL SEGMENTO DE CLIENTES está dirigido a todos los emprendedores y se debe considerar a la población económicamente activa, que se encuentra en un rango de 18 a 65 años.</p>
	<p>6 RECURSOS CLAVES Se analiza la posibilidad de recursos como los humanos, financieros, físicos e intelectuales estos ayudaran a cada segmento de clientes que mantenga el emprendimiento.</p>		<p>3 CANALES Se considera a WhatsApp como la red de comunicación principal más frecuentada por la facilidad de manejo que ofrece la aplicación.</p>	
<p>9 ESTRUCTURA DE COSTOS Conformada por costos publicitarios y los correspondientes a la gestión de capacitación a los emprendedores.</p>		<p>5 FUENTE DE INGRESOS Se utilizarán plataformas digitales para mayor facilidad en las transacciones.</p>		

Ilustración 20-4: Lienzo canvas

Realizado por: Loja, C.; Guaylla, V. 2022

De esta manera, se puede apreciar de forma más precisa sobre el enfoque que tendrá la propuesta a ofrecer a los emprendedores, una vez definido el segmento de clientes, costos y recursos claves. Por lo tanto, se deja constancia de la importancia del uso de herramientas administrativas al establecer una estrategia de mejora, definir un instrumento, además de cualquier producto o servicio a ofrecer.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. Propuesta

Del análisis realizado mediante el modelo Canvas, se puede determinar la importancia de la aplicación de una herramienta administrativa adicional, que permita el autodiagnóstico de los emprendedores con la finalidad de que reconozcan posibles fortalezas y debilidades personales frente al desarrollo de su negocio.

5.1.1. *Modelo de evaluación del comportamiento del emprendedor*

A continuación, se propone el siguiente cuestionario que permitirá el autodiagnóstico de los emprendedores del cantón Morona.

CUESTIONARIO PARA EL AUTODIAGNÓSTICO DE CONDUCTAS EMPRENDEDORAS

INSTRUCCIONES:

1. Consta de 60 enunciados breves. Lea cuidadosamente cada uno y decida cuál lo describe en la forma más exacta. Debe responder “lo que le sale de la cabeza” y no lo que considera “*lo correcto*”, para que salga su “fotografía” hay que ser honesto, de todos modos, nadie hace todo bien, todo correcto y lo más importante es averiguar lo que nos está faltando.
2. Seleccione el número que corresponde para la medida en que el enunciado “*lo describe*”:
 1. *Nunca es así*
 2. *Raras veces es así*
 3. *Algunas veces es así*
 4. *Generalmente es así*
 5. *Siempre es así*
3. Anote el número que elija en el espacio a la derecha de cada enunciado. Por ejemplo: *Me gusta pensar sobre el futuro* 3
Eso quiere indicar para quien eligió: que “*algunas veces es así*”. Le gusta pensar sobre el futuro, pero no “*generalmente*” ni “*siempre*” ni “*raras veces*” le gusta
4. Algunos enunciados pueden ser parecidos, pero ninguno es igual a otro.
5. Por favor, debe llenar todos los enunciados, siempre con un solo número, entre 1 y 5.

CUESTIONARIO DE AUTODIAGNÓSTICO

1. Me esmero en buscar cosas que necesitan hacerse	4
2. Cuando me enfrento a un problema difícil, pongo mucho tiempo mío para encontrar una solución.	3
3. Termino mi trabajo a tiempo	4
4. Me molesta cuando las cosas no se hacen como se debe	4
5. Prefiero situaciones en las que puedo controlar al detalle el resultado final	4
6. Me gusta pensar sobre el futuro	4
7. Cuando empiezo una tarea o un proyecto nuevo, recojo toda la información posible antes de empezar.	4
8. Planifico un proyecto grande, dividiéndolo en tareas menores.	2
9. Logro que otros apoyen lo que recomiendo	3
10. Siento confiado, que puedo tener éxito en cualquier actividad que me propongo realizar.	3
11. Siempre escucho atentamente, no importa con quien esté hablando	4
12. Hago lo que hay que hacer, sin que otros tengan que pedirme que lo haga.	3
13. Insisto varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que yo quiero	2
14. Soy cumplidor de las promesas que hago	4
15. Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabajo	4
16. No me meto en algo nuevo, a menos que haya hecho todo lo posible para asegurar el éxito.	3
17. Pienso que es una pérdida de tiempo preocuparme sobre que haré con mi vida.	3
18. Busco el asesoramiento de especialistas en la actividad que estoy realizando	3
19. Analizo cuidadosamente las ventajas y desventajas que tienen las diferentes alternativas antes de comenzar una tarea	4
20. No pierdo mucho tiempo pensando cómo puedo influir a otras personas	2

21. Cambio de manera de pensar si otros no están de acuerdo enérgicamente con mis puntos de vista.	3
22. Me resiento cuando no logro lo que quiero.	4
23. Me gustan los desafíos y nuevas oportunidades	4
24. Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, insisto.	4
25. Si hace falta, no me importa hacer el trabajo con otros con tal de entregar a tiempo	3
26. Me molesta cuando pierdo tiempo	4
27. Tomo en cuenta mis posibilidades de éxito o fracaso antes de moverme para actuar.	4
28. Mientras más específicas sean mis expectativas sobre lo que quiero lograr, mayores serán mis posibilidades de éxito	4
29. Actúo, sin perder tiempo buscando información.	4
30. Trato de tomar en cuenta todos los problemas que puedan ocurrir y anticipar lo que haría si se presentan	4
31. Me valgo de personas influyentes para alcanzar mis objetivos.	4
32. Cuando me desempeño en algo desafiante o difícil, me siento confiado en el futuro.	4
33. he sufrido fracasos en el pasado.	3
34. Prefiero las tareas que domino a la perfección y en las que me siento seguro.	4
35. Cuando me enfrento a dificultades serias, rápidamente me voy a otras actividades	3
36. Cuando estoy trabajando para otra persona, me esfuerzo especialmente por lograr que quede satisfecha con el trabajo	4
37. Nunca quedo totalmente satisfecho con la forma en que se hacen las cosas, siempre pienso que hay una mejor manera de hacerlo.	4
38. Llevo a cabo tareas arriesgadas.	2
39. Cuento con un plan muy claro para mi vida.	4
40. Cuando llevo a cabo una tarea para alguna persona, hago muchas preguntas para estar seguro de que entiendo lo que ella quiere.	3

41. Me enfrento a los problemas a medida que surgen, en vez de perder el tiempo tratando de anticiparlos.	4
42. Para alcanzar mis metas, busco soluciones que beneficien a todas las personas involucradas en un problema.	4
43. El trabajo que entrego es excelente.	4
44. En ocasiones, he sacado ventaja de otras personas.	3
45. Me aventuro a hacer cosas nuevas y diferentes de lo que hice en el pasado	4
46. Busco diferentes caminos de superar obstáculos que se interponen en el logro de mis objetivos.	4
47. Mi familia y mi vida como persona son más importantes para mí, que las fechas de entrega de trabajos que yo mismo determino.	5
48. Encuentro la manera de terminar trabajos en la forma más rápida, en casa como en el trabajo o escuela.	4
49. hago cosas que las personas consideran arriesgadas.	2
50. Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales.	3
51. me valgo de varias fuentes de información al buscar ayuda para tareas, proyectos o cosas para hacer.	4
52. Si no resulta un determinado enfoque para hacer frente a un problema, pienso otro.	4
53. Puedo lograr que personas con firmes convicciones, algo cabezas duras, o con opiniones propias, cambien de modo de pensar.	2
54. Me mantengo firme en lo que decidí aun cuando otras personas me discutan enérgicamente.	3
55. Cuando no se algo, no tengo problema en admitirlo.	3
56. Cuando me toca trabajar en un equipo, pienso que haría más rápido si trabajara solo.	5
57. Me interesa controlar cada tarea que encomiendo porque generalmente no la sacan como es debido.	3
58. Tengo paciencia para enseñar cómo hacer las tareas y trato de que la gente tenga nuevas responsabilidades en las tareas que dirijo.	4
59. No me importa mucho cómo hagan la tarea que les toca, yo controlo los resultados.	4

60. Me gusta formar equipos para trabajar, porque los otros ven cosas que a mí se me escapan	4
--	---

El cuestionario consta de 60 preguntas enfocadas a conocer sobre el tiempo que invierte el emprendedor para llevar a flote el negocio, las posibles oportunidades de mejorar, el nivel de persistencia para asegurar el éxito, si se considera un líder o un jefe o si cuenta con una planificación adecuada considerando las decisiones tomadas, entre otras.

Una vez que se han contestado las preguntas, se procederá a evaluarlas como se muestra a continuación, definiendo si el emprendedor busca oportunidades y tiene iniciativa, si persiste, o si da cumplimiento a las diversas planificaciones que realice, si es alguien a quien le gusta correr riesgos o el mismo tiene autoconfianza e independencia.

HOJA DE CÓMPUTO

INSTRUCCIONES:

1. Anote su respuesta del cuestionario, de acuerdo con el número de pregunta que se encuentra debajo, por ejemplo:

$$\frac{(4) \text{ Respuesta}}{(1) \text{ N}^\circ \text{ Pregunta}}$$

Para facilitar la búsqueda se han puesto los enunciados en forma consecutiva, arriba para abajo y por columna: la respuesta a “2” está debajo de la “1”, y así sucesivamente, salvo la última.

2. Luego realice las sumas y restas que se indican en cada hilera.

EVALUACIÓN DE LOS ENUNCIADOS	CONDUCTA
$\frac{4}{1} + \frac{3}{12} + \frac{4}{23} - \frac{4}{34} + \frac{4}{45} + 6 = 17$	<i>Buscar oportunidades y tener iniciativa</i>
$\frac{3}{2} + \frac{2}{13} + \frac{4}{24} - \frac{3}{35} + \frac{4}{46} + 6 = 16$	<i>Persistencia</i>
$\frac{4}{3} + \frac{4}{14} + \frac{3}{25} + \frac{4}{36} - \frac{5}{47} + 6 = 16$	<i>Cumplimiento</i>
$\frac{4}{4} + \frac{4}{15} + \frac{4}{26} + \frac{4}{37} - \frac{4}{48} - 3 = 17$	<i>Exigir. Exigirse eficacia: tiempo, calidad, costos</i>
$\frac{4}{5} + \frac{3}{16} + \frac{4}{27} - \frac{2}{38} + \frac{2}{49} + 6 = 17$	<i>Correr riesgos calculados.</i>
$\frac{4}{6} - \frac{3}{17} + \frac{4}{28} + \frac{4}{39} + \frac{3}{50} + 6 = 18$	<i>Fijar metas y priorizarse</i>
$\frac{4}{7} + \frac{3}{18} - \frac{4}{29} + \frac{3}{40} + \frac{4}{51} + 6 = 16$	<i>Búsqueda de información completa</i>
$\frac{2}{8} + \frac{4}{19} + \frac{4}{30} - \frac{4}{41} + \frac{4}{52} + 6 = 16$	<i>Planificación y seguimiento sistemático</i>
$\frac{3}{9} - \frac{2}{20} + \frac{4}{31} + \frac{4}{42} - \frac{2}{53} + 6 = 17$	<i>Persuade y forma redes de trabajo</i>
$\frac{3}{10} - \frac{3}{21} + \frac{4}{32} + \frac{4}{43} + \frac{3}{54} + 6 = 17$	<i>Autoconfianza e independencia</i>
$\frac{4}{11} - \frac{4}{22} - \frac{3}{33} - \frac{3}{44} + \frac{3}{55} + 18 = 15$	<i>Factor de corrección</i>
$\frac{5}{56} + \frac{3}{57} + \frac{4}{58} + \frac{4}{59} - \frac{4}{60} + 6 = 20$	<i>Formación de equipos y facilidad para delegar</i>

Una vez que se procedió a sumar las respuestas de cada pregunta, se tabulo las respuestas en el cuadro que se presenta a continuación, con la finalidad de ir dando forma al perfil del emprendedor.

Ponga un punto que marque el resultado de cada conducta

Perfil final																									
	0 a 5					6 a 10					11 a 15					16 a 20					21 a 25				
<i>Buscar oportunidades y tener iniciativa</i>																		X							
<i>Persistencia</i>																		X							
<i>Cumplimiento</i>																		X							
<i>Exigir. Exigirse eficiencia: tiempo, calidad y costos</i>																		X							
<i>Correr riesgos calculados</i>																		X							
<i>Fijar metas y priorizarse</i>																			X						
<i>Buscar información completa</i>																		X							
<i>Planificación y seguimiento sistemático</i>																		X							
<i>Persuade y forma redes de apoyo.</i>																		X							
<i>Autoconfianza e independencia. Forma equipos y tiene facilidad para delegar.</i>																		X							

Factor de corrección

Se utiliza para corregir cuando una persona, aún contra su voluntad, intentó presentarse una imagen altamente favorable de sí misma. Si el total de esta suma es de 20 o mayor, el puntaje de cada conducta debe corregirse para mostrar una evaluación más acertada.

aspecto tiene relación directa con los demás por lo que, si una se encuentra con una baja calificación, se puede establecer la estrategia adecuada para mejorar dicha observación y lograr un perfil más fortalecido.

Análisis final

Uno de los productos del presente proyecto de investigación, fue el mapeo de los emprendimientos, que permitió visualizar de forma práctica la falta de estudio de mercado de los emprendedores debido a la centralización de los locales en una misma zona, lo cual fue comprobado también a través de las encuestas. Por ello, es necesario que cada emprendedor aproveche cada oportunidad posible para lograr diferenciarse de su competencia.

Por otro lado, una vez realizada la interpretación de los resultados de las encuestas, se pudo determinar la falta de autodiagnóstico de los emprendedores, lo que tiene efecto directo en las decisiones que toma cada uno de ellos y en el rendimiento de sus negocios. Por lo tanto, se planteó el test de autodiagnóstico de manera que cada emprendedor pueda utilizarlo y realizar una retrospcción sobre cualidades que pueden mejorar y otras de las cuales sacar el mayor provecho.

Una vez definido el producto a ofrecer a los emprendedores del cantón Morona, se desarrolló el modelo Canvas con la finalidad de enfocar de mejor manera el test, determinando los clientes potenciales, medios de comunicación, ingresos, costos y el valor agregado del producto a ofrecer. Por lo tanto, se deja constancia de la importancia del uso de herramientas administrativas para la toma de decisiones, sugerencia que se plantea también a los emprendedores en el análisis de los productos que ofrecen.

A continuación, se determina el Modelo Canvas destinado a los emprendedores que prestan servicios profesionales y tienen negocios comerciales, ya que, según las encuestas, son las actividades económicas con mayor participación en la ciudad de Macas.

<p style="text-align: center;">8 SOCIOS CLAVES Son recursos emprendedores de la ciudad de Macas</p>	<p style="text-align: center;">7 ACTIVIDADES CLAVES Publicidad y gestión de inducción de la herramienta administrativa</p>	<p style="text-align: center;">2 PROPUESTA DE VALOR La propuesta de valor es obtener una nueva perspectiva del perfil de cada emprendedor.</p>	<p style="text-align: center;">4 RELACIONES CON CLIENTES Se procura una relación constante y con asistencia exclusiva, personal y automatizada</p>	<p style="text-align: center;">1 EL SEGMENTO DE CLIENTES está dirigido a todos los emprendedores y se debe considerar a la población económicamente activa, que se encuentra en un rango de 18 a 65 años.</p>
	<p style="text-align: center;">6 RECURSOS CLAVES Se analiza la posibilidad de recursos como los humanos, financieros, físicos e intelectuales estos ayudaran a cada segmento de clientes que mantenga el emprendimiento.</p>		<p style="text-align: center;">3 CANALES Se considera a WhatsApp como la red de comunicación principal más frecuentada por la facilidad de manejo que ofrece la aplicación.</p>	
<p style="text-align: center;">9 ESTRUCTURA DE COSTOS Conformada por costos publicitarios y los correspondientes a la gestión de capacitación a los emprendedores.</p>		<p style="text-align: center;">5 FUENTE DE INGRESOS Se utilizarán plataformas digitales para mayor facilidad en las transacciones.</p>		

Por lo tanto, la propuesta de valor es presentar una nueva perspectiva del perfil del emprendedor, demostrando la utilidad de la herramienta administrativa, así como de la aplicación del test de autodiagnóstico propuesto. Además, se definió que no existen gastos mayores en su aplicación y se establecen las actividades claves a realizar.

CONCLUSIONES

- En el presente trabajo de investigación se logró diagnosticar las economías locales en base a los emprendimientos del cantón Morona, lo que permitió dirigir encuestas que permitan la obtención de datos sobre las fortalezas y debilidades de los emprendedores del cantón Morona y, en consecuencia, mejorar su economía.
- Una vez definida la línea base, permitió conocer aspectos mucho más profundos con referencia a los conocimientos generales que se tiene de los emprendimientos, ya que, por vivencias, se han determinado que ciertos sectores económicos como tiendas y restaurantes tienen mayor participación de mercado, sin embargo, al realizar la segmentación correspondiente, se obtuvo que la prestación de servicios es la actividad mayormente practicada en la ciudad.
- Se realizó un mapeo de los emprendimientos en la ciudad de Macas, lo que permitió contrastar de forma visual los resultados de las encuestas, con respecto a la falta de la realización de un estudio de mercado, así como de una actitud positiva como emprendedores.
- Además, se comprobó la necesidad de una herramienta administrativa que permita que los emprendedores puedan auto diagnosticarse y mejorar las estrategias y actividades que realizan. Esto mediante la aplicación del modelo Canvas que facilitó el enfoque que debería tener la herramienta administrativa a proponer.
- Finalmente, se propone un test de autodiagnóstico de 60 preguntas, cuyas respuestas ayudan a definir la actitud de un emprendedor frente a la realidad actual, permitiendo que pueda corregirla o mejorarla en beneficio de su negocio y, por ende, en la economía del cantón.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda el uso de herramientas administrativas para la obtención de conclusiones en base a situaciones tanto personales, académicas o de negocios, porque permiten enfocar estrategias y acciones para el alcance de los objetivos.
- Además, es necesario una actualización constante de las economías locales ya que permite que se aproveche de mejor manera las herramientas administrativas, pues por su desconocimiento, las decisiones tomadas con respecto al emprendimiento terminan afectando a su durabilidad y mejora a través del tiempo.
- Finalmente, se recomienda la aplicación de cursos de capacitación sobre el uso del test de autodiagnóstico, así como la interpretación de sus resultados, junto con cursos sobre las diferentes herramientas administrativas que existen para que el emprendedor tenga más opciones sobre cuál es la más conveniente en caso de necesitar otras opciones además de la propuesta.

GLOSARIO

Economía: Para Francisco Guillermo Eggers (2018, pág. 10) es la disciplina que estudia los procesos de producción, distribución, intercambio y consumo de bienes y servicios, se conoce como ciencia a la economía al conjunto de personas e instituciones de un país que intervienen en los procesos de producción, distribución, intercambio y consumo de bienes y servicios.

Para Gómez Barroso (2021, pág. 377), la economía se reconoce como una ciencia social que se basa en todos los fenómenos económicos que subyacen a la toma de decisiones, ya sean individuales o colectivas, aisladas o colectivas.

Por otro lado, para Fraschina y Acevedo (2020, pág. 12), la economía es una rama de la ciencia que nos permite administrar de manera eficiente los recursos ya sean estos escasos o altos para producir y distribuir equitativamente los bienes en proporciones equilibradas al número de habitantes.

Actividad económica: Eggers (2018, pág. 21), sostiene que son actividades que se han propuesto y son encaminadas a satisfacer necesidades de diferentes individuos los cuales al utilizar recursos limitados mantienen una producción y distribución de productos y de ellos se reciben ingresos y se obtiene como resultado el consumo.

Para Alpízar (2018, pág. 4), son procesos los cuales proponen garantizar que los recursos físicos se incluyan en el plan y el presupuesto para lograr las metas de la organización.

Almonte, Carbajal y Torres (2021, pág. 13) definen a la actividad económica como la estructura de la producción y el empleo a nivel nacional desagregada por sectores o subsectores de actividad, lo que permite identificar los cambios más significativos en la estructura de las empresas y actividades más importantes para la economía.

Empresa: La empresa es responsable de la producción, principalmente de reposición en el intercambio de los bienes y servicios los cuales busca el beneficio de los consumidores. (Eggers, 2018, pág. 18)

Es una entidad comercial la cual está encargada de producir bienes y servicios para que tales se vendan en una economía doméstica. (Eggers, 2018, pág. 21)

Un conjunto de factores técnicos, humanos, financieros y organizativos que guían las funciones empresariales o de gestión de acuerdo con una jerarquía o estructura organizativa particular. (López Calvajjar, Mata Varela, & Becerra Lois, 2018, pág. 16)

Tamaño de empresa: Divididas en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, se puede utilizar uno o más de los siguientes criterios: número total de empleados, ventas anuales totales, valor total de activos para obtener la asistencia que brinda el gobierno nacional. (López López, Pérez Pertuz, & Rincón, 2021, pág. 137)

Por su tamaño, garantiza brindar los elementos necesarios para que la empresa mantenga el proceso de comercialización o producción en el tiempo, calidad y cantidad pactados. (García Bernabeu & Mayor Vitoria, 2019, pág. 145)

Se dirige a las ganancias directas de las empresas de todos los tamaños que una organización puede sobrevivir a bajo costo, al tiempo que muestra la idoneidad del producto a las necesidades del mercado. (Beltrán Ríos & López Giraldo, 2018, pág. 80)

Emprendimiento: La capacidad de una persona para crear, aprender y resolver problemas con base en su sentimiento, creatividad, actitudes y valores personales, permitiéndole adaptarse a su entorno y aprovechar las oportunidades que ofrece para beneficio propio y de los demás en la sociedad. (Uribe Macías, 2013, pág. 13)

Como uno de los principales impulsores de la innovación, la competitividad y el crecimiento económico, las PYME desempeñan un papel importante en la economía mundial y se consideran la columna vertebral de la economía. (Herruzo-Gómez, Hernández-Sánchez, & Giuseppina, 2019, pág. 359)

Es el proceso de iniciar un nuevo negocio o empresa o lanzar un proyecto para crear riqueza combinando creatividad, innovación y una sólida gestión. (González Cornejo & Gonzáles Sánchez, 2019, pág. 10)

Emprendedor: Se considera emprendedor es un empresario ya que el mismo se identifica como el propietario de un negocio a través de la prestación de servicios. (Salcedo Camacho, 2021, pág. 5)

Los emprendedores nacen de diferentes organizaciones y actores porque al compartir recursos, conocimientos y oportunidades de aprendizaje, inspiran sus ideas innovadoras. (Herruzo-Gómez, Hernández-Sánchez, & Giuseppina, 2019, pág. 359)

Por lo tanto, un emprendedor es una persona independiente, que no les teme a las dificultades, necesita capacidad y logros, y goza de buena salud. (González Cornejo & Gonzáles Sánchez, 2019, pág. 10)

Proceso administrativo: Una serie de pasos o secuencias de gestión de operaciones que se vinculan entre sí para formar un proceso completo. (Sánchez Delgado, 2015, pág. 89)

Modelo Canvas: Es un lienzo que ha cobrado mucha importancia para iniciar la formación de un emprendimiento o idea de negocio, visualizando ciertos detalles, como los aspectos internos y externos a desarrollar, que combinan ciertos aspectos sociales y comerciales en los diferentes mercados que se vaya a desarrollar. (Lara Juan, 2019, pág. 12)

Los emprendedores deben tener en cuenta que el modelo de negocio no se limita a ofrecer un nuevo producto en términos de una solución, sino que conecta adecuadamente los diversos componentes que están dentro de un plan. (Mejía Juan, 2019, pág. 34)

BIBLIOGRAFÍA

- Almonte, L., Carbajal Suárez, Y., & Torres Preciado, V. H. (2021). *Actividad económica en México: un análisis sectorial*. México: Ediciones y Gráficos Eón. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/174117?page=13>
- Alpízar Santana, M. (2018). La actividad económica en la red de instituciones del Ministerio de Educación Superior, como respaldo a la obra de la educación superior cubana. *Scielo*, 1-14. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142018000100007
- Beltrán Ríos, J. A., & López Giraldo, J. A. (2018). *Evolución de la administración*. Medellín: Universidad Católica Luis Amigó. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/126348?page=80>
- Cáceres Prada, A. M. (2020, p. 17). *Semillero de Investigación SIUS*. Obtenido de Modelo Canvas: [21:38] CARLOS ALFREDO LOJA ILLESCAS
- Córdova Pacheco, A. C., & Arroba Rodríguez, H. C. (2017). El emprendimiento de las pequeñas y medianas empresas comercializadoras y el desarrollo económico del cantón Puyo provincia de Pastaza. (*Tesis de grado*). Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25018>
- Custodio, P. (19 de Mayo de 2021). Repositoriopromperu. Obtenido de https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4754/Plan_negocio_exportacion_modelo_canvas_principal_keyword_2021.pdf?sequence=1
- Eggers, F. G. (2018). *Economía*. Ituzaingó: Maipue. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/145751?page=10>
- Emilia, O. G. (2019). Emprendimiento comunitario con enfoque de género en el cantón Cañar. *Ciencias Sociales*, 7. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28062322011/28062322011.pdf>
- ESPAE. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017*. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50078>
- Estrada, S. H. (2021). Marketing, Gestión de la Calidad Total y Benchmarking: una revisión de la literatura. *ANFIBIOS*, 65. Obtenido de <http://www.revistaanfibios.org/ojs/index.php/afb/article/view/96/112>
- Francisco, C. C. (2017). *El canvas de la innovación*. Valencia: Díaz de Santos.
- Fraschina, S., & Acevedo, M. (2020). *Economía: una introducción*. Buenos Aires: Eudeba. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/158784?page=12>
- García Bernabeu, A. M., & Mayor Vitoria, F. (2019). *Claves para la internacionalización de la empresa*. Valencia: Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/122272?page=145>
- Gómez Barroso, J. L. (2021). *Economía y política*. Recuperado el 2022, de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/213206?page=7>
- González Cornejo, A., & Gonzáles Sánchez, D. J. (2019). *Emprender... una forma de vida*. México: PACJ. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/122452?page=10>

- Guachimbosa, Victor; Lavin José. (2019). Universidad para el emprendimiento. *Revista venezolana de gerencia*, 2. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29058864001/29058864001.pdf>
- Helm, D. (s.f.). Researching globalization. Recuperado el 2022, de <http://www.polity.co.uk/global/research.asp>
- Herrera, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo y Desarrollo*, 77. Obtenido de <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1252/1439>
- Herruzo-Gómez, E., Hernández-Sánchez, B., & Giuseppina, M. (2019). *Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos*. Madrid: Dykinson. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/129642?page=359>
- Ismael, B. Z. (2021). EL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO. *researchgate*, 3. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Daison-Barreiro-Zambrano/publication/353598656_UNIVERSIDAD_TECNICA_DE_MANABI_ARTICULO_EL_EMPRENDIMIENTO_UNIVERSITARIO_Autor_Barreiro_Zambrano_Daison_Ismael1_1Estudiante_del_10mo_semestre_de_la_catedra/links/6104d38b0c2
- Jaramillo, P. (2021). *GAD Provincial de Morona Santiago*. Macas: Publicimoronansantiago.
- Jijón, B. (23 de JUNIO de 2020). *INNOVA RESERCH JOURNAL*. Obtenido de INNOVA RESERCH JOURNA: <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2020.1362>
- León, J. F. (15 de Marzo de 2018). *Repositorio UNC*. Obtenido de Repositorio UNC: <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/6352/C%20Le%20Fernando.%20Evaluacio%20de%20la%20eficiencia%20como%20herramienta....pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- León, J. R. (2019). La formación tributaria fortalece el emprendimiento y. *Repositorio Universidad Central del Ecuador*, 10. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/19441>
- López Calvajar, G. A., Mata Varela, M., & Becerra Lois, F. Á. (2018). *Planificación de empresas*. Quito: Editorial Universo Sur. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/120837?page=16>.
- López López, M. K., Pérez Pertuz, J., & Rincón, E. (2021). *Factores que influyen en la productividad de las Pymes*. Bogotá: Fundación Universitaria San Mateo. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/195579?page=137>
- Martínez Ruiz, H. (2012). *Metodología de la Investigación*. México: Cengage Learning. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/39957?page=1>
- Méndez Bravo, J. C. (22 de marzo de 2018). *Crecimiento económico ligado al desarrollo del emprendimiento*. Obtenido de Crecimiento económico ligado al desarrollo del emprendimiento: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6369764>
- Monroy Mejía, M., & Nava Sanchezllanes, N. (2018). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Éxodo. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/172512?page=1>
- Morales Carrasco, L. V., & Aguilar Tipantuña, D. Y. (2017). Factores determinantes del emprendimiento y la creación de nuevas empresas el caso de Tungurahua en el Ecuador

(*Tesis de licenciatura*). Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25080>

- Morona. (2014). *GAD Provincial de Morona Santiago*. Macas: Morona Santiago.
- Moscoso, J. A. (20 de Enero de 2021). *Repositorio DspaceProc*. Obtenido de Repositorio DspaceProc: <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/xmlui/handle/123456789/1222>
- Nieto Torio, J. (2019). *Emprender en internet*. España: Ministerio de Educación y Formación Profesional de España.
- Osterwalder, A. (2011, p. 4). *Modelo Canvas*. Obtenido de Deusto SA: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45818805/LECTURA_REFORZAMIENTO_MODULO_2-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1663904350&Signature=dPF2ilUIoJPJZr9nU-~MLjhb9GR8jF9ztykYMEOfaDSyDiHZr0HLxAh5x-P5LM1Jvd4oTmMYsqPXyrsPuKoHbbEbPQLdclEun-aGTIBIVfsm
- Peña Ponce, D. K., & Loor Pivaque, J. P. (2020). Factores de riesgo y su efecto en el proceso de comercialización en los emprendimientos, ciudad de Jipijapa. (*tesis de grado*). Universidad Estatal del Sur de Manabí, Manabí. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/2335>
- Perez Veliz, I. (2018). Análisis de los tipos de Emprendimientos de los Millennials en la ciudad de Guayaquil. (*Tesis de grado*). Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Samborondón. Obtenido de <http://repositorio.uees.edu.ec/123456789/2894>
- Perez, L., Perez, R., & Seca, M. V. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Buenos Aires: Editorial Maipue.
- Pillana, H. P. (23 de Marzo de 2019). *Repositorio Digital Unach*. Obtenido de Repositorio Digital Unach: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5697/1/UNACH-EC-INGGEST-TUR-2019-0030.pdf>
- Rajadell Carreras, M. (2019). *Creatividad: emprendimiento y mejora continua*. Bogotá: Editorial Reverté.
- Ruiz Chagna, C. A., & Terán Silva, C. S. (2018). Emprendimiento, promotor de las economías locales en desarrollo, experiencia del Cantón Ibarra- Imbabura Ecuador. *Revista Científica Ecociencia*, 1-22. doi:<https://doi.org/10.21855/ecociencia.50.155>
- Salcedo Camacho, P. D. (2021). *Programa emprendedor*. Bolivia: Universidad Privada del Valle. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/191127?page=5>
- Sánchez Delgado, M. (2015). *Administración I*. México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/39474?page=89>
- Silva, O. N., Garcia, M. K. C., & Macas, M. E. L. (2018). Perspectivas de la Administración Financiera del Capital de Trabajo como instrumento necesario en la evolución de las MiPyMEs. *Perspectivas*, 39(42), 1-13.
- Silva, O. N., García Navarro, O., García Crespo, M. K., & Macas López, M. E. (2018). Perspectivas de la Administración Financiera del Capital de Trabajo como instrumento necesario en la evolución de las MiPyMEs. *Perspectivas*, 7. Perspectivas.
- Solorzano, B. D. (22 de Octubre de 2019). *Repositorio UCV*. Obtenido de Repositorio UCV: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35998/Condor_SDY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Sonderegger. (2021). Como utilizar el business model canvas lienzo de modelo de negocio para reducir riesgos. *Abierta de información aplicada*, 8. Obtenido de <http://portalreviscion.uai.edu.ar/ojs/index.php/RAIA/article/view/8>
- Sosa Arencibia, M. (2017). Globalización y desarrollo local: El papel de las cadenas globales de valor en la inserción externa. *Econ. y Desarrollo [online]*, 1-10.
- Sostenibles. Cordova: Universidad Pontificia Bolivariana. Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/8792/Propuesta%20de%20valor.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Stiglitz, J. (2002). El malestar en la globalización. *Scielo*.
- Torrealba, G., & Scaramelli, F. (2018). Las estaciones sarrapieras: los Mapoyo y las economías extractivas del. *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi*, 1-22. doi: <https://doi.org/10.1590/1981.81222018000200003>
- Uribe Macías, M. (2013). *Emprendimiento y emrpesarismo*. Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/70216?page=13>
- Zabala Guzmán, G. H., Morquecho Salto, K. J., & Revelo Rivadeneira, D. C. (2018). Estudio de las condiciones de emprendimiento en Morona Santiago a través de un modelo basado en informes del Global Entrepreneurship Monitor. *Killkana Sociales*, 1-8. doi:https://doi.org/10.26871/killkana_social.v2i3.335
- Zapata, V. O. (2019). EL EMPRENDIMIENTO COMO COMPONENTE SOCIAL. *JOURNAL OF SCIENCE AND RESEARCH*, 108. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7368341>

ANEXOS

ANEXO: ENCUESTA.

1. Edad:

<input type="text"/>	Años rangos etarios
----------------------	---------------------

2. Sexo:

Masculino	Femenino
-----------	----------

3. Formación académica:

Básica	Bachillerato
Tercer Nivel	Cuarto Nivel

4. Especialidad de sus estudios:

Básica	Ciencias Sociales
Contabilidad, Administración de Empresas, Marketing, Finanzas, etc.	Informática, Software, etc.
Gastronomía	Ingeniería Civil y Mecánica
Agropecuario	Otro:

5. ¿Qué tiempo tiene el negocio?

Menor a 3 meses	Mayor a 6 meses y menor a un año
De 3 a 6 meses	Mayor a 1 año

6. ¿Tiene algún tipo de registro?

RIMPE	Patente municipal
RUC	Ninguno

7. ¿Ha realizado algún tipo de capacitación en el último año, según su actividad económica?

Sí	No
----	----

En caso de una respuesta afirmativa, especifique:

Obligaciones tributarias	Manejo de ingresos y gastos
Ventas y mercadeo	Comprobantes de venta
Desarrollo y ética profesional	Economía Popular y Solidaria
Especialización en la actividad económica	

En caso de una respuesta negativa, especifique el motivo:

Falta de tiempo	Falta de dinero
Desconocimiento de tipo de capacitaciones disponibles	No lo considero necesario
Desconocimiento de instituciones capacitadoras	Otros:

8. Recursos con que financió la capacitación:

Instituciones gubernamentales	Junta de Artesanos
Municipio	MIES
Consejo Provincial	Propios
CEFAS	Otros:

9. ¿Cómo conoció de la actividad económica del emprendimiento?

Tradición familiar	Sugerencia de amigos
Idea propia	

10. ¿Por qué nace la idea del emprendimiento?

Vi la necesidad en el sector	Por la rentabilidad de los demás emprendimientos
Redes sociales	Estudio de mercado
Es un hobby	

11. ¿Cómo define su actividad económica?

Trabajador independiente	Pequeño empresario
Microempresario	Empresario

12. Para el desarrollo del negocio, Ud.:

Trabaja por cuenta propia
Tiene a cargo uno o más trabajadores

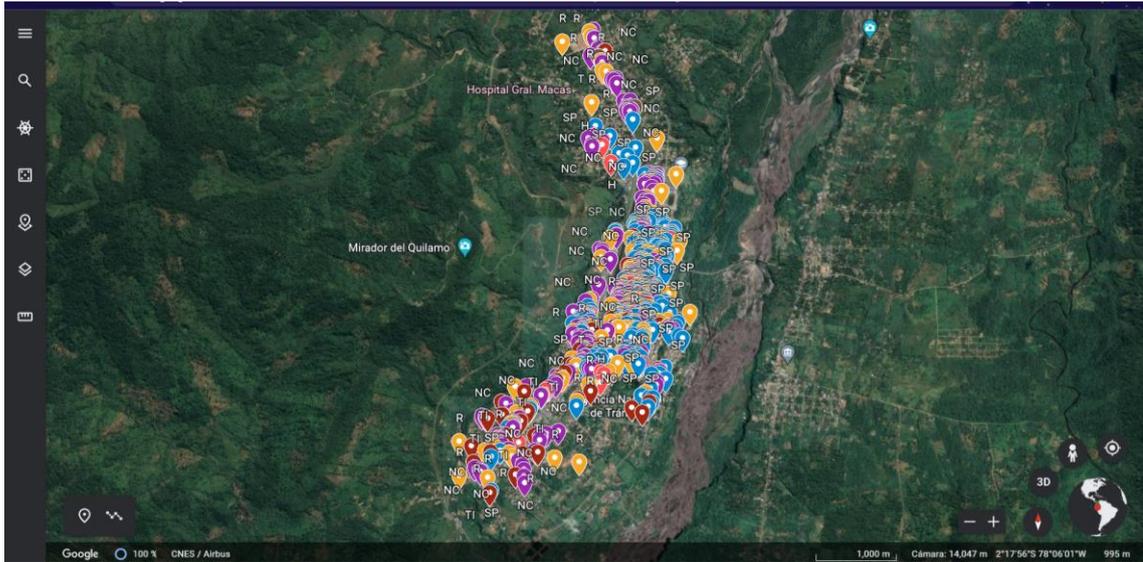
13. ¿Cómo financió la puesta en marcha del emprendimiento?

Ahorros propios	Préstamos en IFIS

14. ¿Qué canales de comunicación frecuente?

WhatsApp	Facebook
Instagram	Telegram
Correo electrónico	Tik-tok
Otros:	Ninguno

ANEXO: MAPEO DE LOS EMPRENDIMIENTOS.



ANEXO: SEGMENTACIÓN PATENTES MUNICIPALES Y SRI.

N°	RAZON SOCIAL	ACTIVIDAD ECONOMICA
1	GUAMAN CHACHA PEDRO PABLO	INTERMEDIACION EN LA COMPRA, VENTA Y ALQUILER DE BIENES INMUEBLES A CAMBIO DE UNA RETRIBUCION O POR
2	ORDOÑEZ SASAGUAY LUIS ANTONIO	VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS EN TIENDAS, ENTRE LOS QUE PREDOMINAN, LOS PROD
3	CALLE CEVALLOS FLAVIO CLODOMIRO	TODAS LAS ACTIVIDADES DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA, INCLUIDO EN CAMIONETAS DE TRONCOS, I
4	MATUTE ESPINOZA GLORIA YOLANDA	INTERMEDIACION EN LA COMPRA, VENTA Y ALQUILER DE BIENES INMUEBLES A CAMBIO DE UNA RETRIBUCION O POR
5	DOMINGUEZ RODAS MARIO OSWALDO	INTERMEDIACION EN LA COMPRA, VENTA Y ALQUILER DE BIENES INMUEBLES A CAMBIO DE UNA RETRIBUCION O POR
6	AREVALO CAMPOS FERNANDO GONZALO	ACTIVIDADES DE ASESORAMIENTO TECNICO DE ARQUITECTURA EN DISEÑO DE EDIFICIOS Y DIBUJO DE PLANOS DE
7	AREVALO ARTEAGA MILTON STIVEN	ACTIVIDADES DE ASESORAMIENTO TECNICO DE ARQUITECTURA EN DISEÑO DE EDIFICIOS Y DIBUJO DE PLANOS DE
8	CARDENAS SAQUICELA ESTHER ORFELINA	VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE OFICINA Y PAPELERIA COMO LAPICES, BOLLIGRAFOS, PAPEL, ETCETERA. E
9	PESANTEZ CALLE JUAN BAUTISTA	ELABORACION DE BEBIDAS ALCOHOLICAS DESTILADAS: WHISKY, COÑAC, BRANDY, GINEBRA, AGUARDIENTE DE CAÑ
10	BENALCAZAR CHAVEZ ANGEL NESTORIO	SERVICIOS DE TAXIS.
11	ZEAS DURAZNO JORGE ROMEO	ACTIVIDADES DE ATENCION ODONTOLÓGICA DE CARÁCTER GENERAL O ESPECIALIZADO, POR EJEMPLO, ODONTOL
12	GUTIERREZ MANUEL EDUARDO	INTERMEDIACION EN LA COMPRA, VENTA Y ALQUILER DE BIENES INMUEBLES A CAMBIO DE UNA RETRIBUCION O POR
13	MORALES CALLE OSWALDO AMABLE	SERVICIOS DE ALQUAJAMIENTO PRESTADOS POR HOTELES, HOTELES DE SUITES, APART HOTELES, COMPLEJOS TURIS
14	MARCA DUCHIMASA CARLOS ANTONIO	VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS EN TIENDAS, ENTRE LOS QUE PREDOMINAN, LOS PROD
15	PATIÑO QUEZADA MARIA ROSARIO	VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS EN TIENDAS, ENTRE LOS QUE PREDOMINAN, LOS PROD
16	QUICHIMBO ZHAPAN MANUEL CRUZ	TODAS LAS ACTIVIDADES DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA, INCLUIDO EN CAMIONETAS DE TRONCOS, I
17	RAMON PATIÑO LUIS FIDEL	VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS EN TIENDAS, ENTRE LOS QUE PREDOMINAN, LOS PROD
18	QUITO VILLA RICARDO MARIA	CRÍA Y REPRODUCCIÓN DE GANADO BOVINO INCLUIDO LA OBTENCIÓN DE PELO Y EXCREMENTO.
19	FEIJO PERALTA CARLOS ANTONIO	RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA, PUESTOS DE REFRIGERIO Y ESTABLECIMIENTOS QUE OFRECEN COMIDA PARA
20	MENDEZ RIERA CARLOS NAPOLEON	CRÍA Y REPRODUCCIÓN DE CERDOS.
21	TAPIA VERA LUIS FERNANDO	SERVICIOS DE TASACION INMOBILIARIA.
22	JIMENEZ JIMENEZ ZOILA ALEJANDRINA	INTERMEDIACION EN LA COMPRA, VENTA Y ALQUILER DE BIENES INMUEBLES A CAMBIO DE UNA RETRIBUCION O POR
23	TACURI YANQUI JORGE MANUEL JESUS	TRANSPORTE TERRESTRE DE PASAJEROS POR SISTEMAS DE TRANSPORTE SUBURBANO, QUE PUEDEN ABARCAR LI
24	CARDENAS CRESPO JORGE EDUARDO	INTERMEDIACION EN LA COMPRA, VENTA Y ALQUILER DE BIENES INMUEBLES A CAMBIO DE UNA RETRIBUCION O POR
25	MARIN MATUTE MARIA HERLINDA	RESTAURANTES, CEVICHERIAS, PICANterIAS, CAFETERIAS, ETCETERA, INCLUIDO COMIDA PARA LLEVAR.
26	OCHOA BARZALLO MARIO GERMAN	VENTA AL POR MAYOR DE BANANO Y PLÁTANO.
27		