



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

CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN EL
DESARROLLO LOCAL, AÑO 2022

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR:

JHONNY ENRIQUE MARTINEZ PAGALO

Riobamba – Ecuador

2023



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

CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN EL
DESARROLLO LOCAL, AÑO 2022

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR: JHONNY ENRIQUE MARTINEZ PAGALO

DIRECTOR: ING. CRISTIAN OSWALDO GUERRA FLORES, MGS

Riobamba – Ecuador

2023

© 2022, Jhonny Enrique Martinez Pagalo

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

Yo, Jhonny Enrique Martinez Pagalo, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 08 de junio del 2023

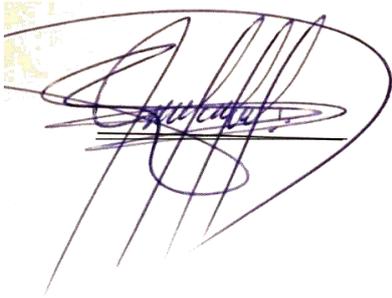
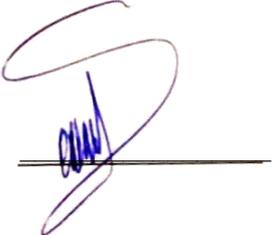


Jhonny Enrique Martinez Pagalo

C.I. 060469779-7

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

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN EL DESARROLLO LOCAL, AÑO 2022**, realizado por el señor: **JHONNY ENRIQUE MARTINEZ PAGALO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Gina Maricela Cedeño Ávila PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2023-06-08
Ing. Cristian Oswaldo Guerra Flores, Mgs. DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2023-06-08
Ing. Olga Maritza Rodríguez Ulcuango, Mgs. ASESORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2023-06-08

DEDICATORIA

Este trabajo le dedico a Dios con todo el amor porque él fue mi guía y mi fortaleza en medio de mis dificultades, a toda mi familia, principalmente, a mis padres y hermanos que me apoyaron y se mantuvieron presentes en los momentos malos, me han enseñado a ser la persona que soy hoy, mis principios, mis valores, mi perseverancia y mi empeño y le agradezco infinitamente a Isabel Sisa por ser quien me inspiró a superarme en lo personal y profesional, además por haberme dado todo su apoyo para conseguir mi meta propuesta.

Jhonny

AGRADECIMIENTO

Esta tesis he requerido de esfuerzo y mucha dedicación por parte del autor, director y miembro de tesis, quienes guiaron todo el proceso de investigación y sin ellos no hubiese sido posible su finalización. Quiero agradecer a Dios que me ha permitido llegar hasta este punto de mi vida con salud y con toda mi familia a mi lado apoyándome en cada uno de mis logros y derrotas enfrentadas en este camino, agradezco a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo “ESPOCH”, representada por sus Autoridades y Docentes que gracias a su ardua gestión han logrado formar en mí, un profesional de calidad.

Jhonny

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN	xv
SUMMARY	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1. Planteamiento del problema	3
1.1.1. <i>Formulación del problema</i>	4
1.1.2. <i>Delimitación del problema</i>	4
1.1.2.1. <i>Macro localización</i>	4
1.1.2.2. <i>Micro localización</i>	5
1.2. Objetivos	5
1.2.1. <i>Objetivo general</i>	5
1.2.2. <i>Objetivos específicos</i>	5
1.3. Justificación del problema	6
1.3.1. <i>Justificación teórica</i>	6
1.3.2. <i>Justificación metodológica</i>	6
1.3.3. <i>Justificación social</i>	6
1.4. Idea a defender	7

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL	8
2.1. Antecedentes de la investigación	8
2.2. Fundamentación teórica	9
2.2.1. <i>Emprendimiento</i>	9
2.2.1.1. <i>Tipos de emprendimiento</i>	10
2.2.1.2. <i>Ecosistema del emprendimiento</i>	10
2.2.2. <i>Emprendedor</i>	11

2.2.2.1.	<i>Características del emprendedor</i>	11
2.2.2.2.	<i>Habitualmente, existen tres clases de emprendedores</i>	12
2.2.2.3.	<i>Espíritu emprendedor</i>	12
2.2.3.	Desarrollo local	12
2.3.	Marco conceptual	13
2.4.	Relación entre emprendimiento y desarrollo local	15

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	16
3.1.	Enfoque de la investigación	16
3.1.1.	<i>Enfoque mixto</i>	16
3.2.	Alcance de investigación	16
3.2.1.	<i>Exploratorio</i>	16
3.2.2.	<i>Descriptivo</i>	17
3.3.	Nivel de investigación	17
3.3.1.	<i>Investigación descriptiva</i>	17
3.4.	Método	17
3.4.1.	<i>Método deductivo</i>	17
3.5.	Diseño	18
3.5.1.	<i>Investigación no experimental</i>	18
3.6.	Tipo de estudio	18
3.6.1.	<i>Investigación de campo</i>	18
3.7.	Población y muestra	18
3.7.1.	<i>Técnicas de investigación</i>	19
3.7.1.1.	<i>Observación directa</i>	19
3.7.1.2.	<i>Encuesta</i>	20
3.7.2.	Instrumentos de la investigación	20
3.7.2.1.	<i>Ficha de conservación</i>	20
3.7.2.2.	<i>Cuestionario</i>	21
3.8.	Validez de los instrumentos	21
3.8.1.	<i>Valoración general del cuestionario</i>	21
3.9.	Tipo de información	22
3.9.1.	<i>Fuentes primarias</i>	22
3.9.2.	<i>Fuentes secundarias</i>	23

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	24
4.1.	Resultados	24
4.1.1.	<i>Tabulación de encuestas</i>	24
4.1.2.	<i>Resultados de ficha de observación</i>	44
4.2.	Características obtenidas en base a las fichas de observación	51
4.2.1.	<i>Resultados de la caracterización</i>	73
4.3.	Discusión de resultados	74

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	81
5.1.	Diagnóstico situacional de los emprendimientos	81
5.1.1.	<i>Resultados del análisis PEST</i>	84
5.2.	Importancia del estudio investigativo	86
5.2.1.	<i>Características de emprendimientos</i>	87

CAPÍTULO VI

6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	94
6.1.	Conclusiones	94
6.2.	Recomendaciones	95

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3-1:	Técnicas de investigación	20
Tabla 3-2:	Validación de instrumentos mediante el juicio de expertos	22
Tabla 3-3:	Evaluación general del cuestionario	22
Tabla 3-4:	Observaciones y recomendaciones de instrumentos	22
Tabla 4-1:	Género de la población encuestada	24
Tabla 4-2:	Edad de la población encuestada	25
Tabla 4-3:	Tipo de contribuyente	26
Tabla 4-4:	Estado civil	27
Tabla 4-5:	Formación académica	28
Tabla 4-6:	Zona en la que reside	29
Tabla 4-7:	Motivo del emprendimiento	30
Tabla 4-8:	Capital inicial	31
Tabla 4-9:	Capital obtenido	32
Tabla 4-10:	Formas de financiamiento	32
Tabla 4-11:	Permanencia en el mercado	33
Tabla 4-12:	Emprendimiento por la activada que realiza	34
Tabla 4-13:	Proveedores	35
Tabla 4-14:	Lugares donde se comercializa	36
Tabla 4-15:	Lugares con mayor frecuencia de comercialización	36
Tabla 4-16:	Ingresos mensuales	37
Tabla 4-17:	Limitaciones para emprender	38
Tabla 4-18:	Número de empleados	39
Tabla 4-19:	Beneficios de trabajadores	40
Tabla 4-20:	Salarios pagados por la empresa	41
Tabla 4-21:	Ayuda de las autoridades	42
Tabla 4-22:	Desafíos que enfrentan los emprendedores	43
Tabla 4-23:	Modelo de negocio	44
Tabla 4-24:	Mercado objetivo	45
Tabla 4-25:	Estrategias efectivas	46
Tabla 4-26:	Ingresos Consistentes	47
Tabla 4-27:	Adaptarse a los cambios en el mercado	48
Tabla 4-28:	Estrategias de innovación	49
Tabla 4-29:	Alianzas y colaboraciones estratégicas	50

Tabla 4-30:	Expansión y alcance geográfico y diversificación	51
Tabla 4-31:	Ficha de observación 1	53
Tabla 4-32:	Ficha de observación 2	55
Tabla 4-33:	Ficha de observación 3	56
Tabla 4-34:	Ficha de observación 4	57
Tabla 4-35:	Ficha de observación 5	58
Tabla 4-36:	Ficha de observación 6	59
Tabla 4-37:	Ficha de observación 7	60
Tabla 4-38:	Ficha de observación 8	61
Tabla 4-39:	Ficha de observación 9	62
Tabla 4-40:	Ficha de observación 10	63
Tabla 4-41:	Ficha de observación 11	64
Tabla 4-42:	Ficha de observación 12	65
Tabla 4-43:	Ficha de observación 13	66
Tabla 4-44:	Ficha de observación 14	67
Tabla 4-45:	Ficha de observación 15	68
Tabla 4-46:	Ficha de observación 16	69
Tabla 4-47:	Ficha de observación 17	70
Tabla 4-48:	Ficha de observación 18	72
Tabla 4-49:	Generación de ingreso de emprendimientos comerciales del 2018-2022	75
Tabla 4-50:	Generación de ingreso de emprendimientos productivos del 2018-2022	76
Tabla 4-51:	Generación de ingreso de emprendimientos artesanales del 2018-2022	77
Tabla 4-52:	Generación de ingreso de emprendimientos de servicios del 2018-2022	78
Tabla 4-53:	Ingresos totales generados por emprendimientos y su porcentaje de participación	79
Tabla 4-54:	Nivel de ingresos de los emprendimientos 2018-2019	80
Tabla 5-1:	Factores que inciden en los emprendimientos para el análisis PEST	81
Tabla 5-2:	Matriz de análisis PEST	82
Tabla 5-3:	Resultados PEST	84
Tabla 5-4:	Caracterización según tipo de emprendimientos	87
Tabla 5-5:	Factores determinantes de emprendedores	88
Tabla 5-6:	Fortalezas y debilidades de emprendimientos en el cantón Riobamba	90
Tabla 5-7:	Virtudes y defectos de emprendimientos en el Cantón Riobamba	91
Tabla 5-8:	Estrategias de mejora	92
Tabla 5-9:	Tips para iniciar un emprendimiento sostenible	93

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-1:	Macro localización	4
Ilustración 1-2:	Micro localización	5
Ilustración 4-1:	Género de la población encuestada	24
Ilustración 4-2:	Edad de la población encuestada	25
Ilustración 4-3:	Tipo de contribuyente	26
Ilustración 4-4:	Estado civil	27
Ilustración 4-5:	Formación académica	28
Ilustración 4-6:	Zona en la que reside	29
Ilustración 4-7:	Motivo del emprendimiento	30
Ilustración 4-8:	Capital inicial	31
Ilustración 4-9:	Formas de financiamiento	32
Ilustración 4-10:	Permanencia en el mercado	33
Ilustración 4-11:	Emprendimientos según su actividad	34
Ilustración 4-12:	Proveedores	35
Ilustración 4-13:	Lugares donde se comercializa	36
Ilustración 4-14:	Promedio de ingresos mensuales	37
Ilustración 4-15:	Limitaciones para emprender	38
Ilustración 4-16:	Empleados	39
Ilustración 4-17:	Acercas de los empleados	40
Ilustración 4-18:	Salarios pagados por la empresa	41
Ilustración 4-19:	Ayuda por parte de las autoridades	42
Ilustración 4-20:	Desafíos	43
Ilustración 4-21:	Modelo de negocios	44
Ilustración 4-22:	Mercado objetivo	45
Ilustración 4-23:	Estrategias efectivas	46
Ilustración 4-24:	Ingresos consistentes	47
Ilustración 4-25:	Adaptarse a los cambios en el mercado	48
Ilustración 4-26:	Alianzas y colaboraciones estratégicas	49
Ilustración 4-27:	Alianzas y colaboraciones estratégicas	50
Ilustración 4-28:	Expansión y alcance geográfico y diversificación	51
Ilustración 4-29:	Parámetros de observación	52
Ilustración 4-30:	Resultados de la caracterización de emprendimiento	73
Ilustración 4-31:	Nivel de ingresos generados por los emprendimientos comerciales	75

Ilustración 4-32:	Nivel de ingresos generados por los emprendimientos productivos	76
Ilustración 4-33:	Nivel de ingresos generados por los emprendimientos artesanales	77
Ilustración 4-34:	Nivel de ingresos generados por los emprendimientos de servicios	78
Ilustración 4-35:	Nivel de ingresos totales generados por emprendimientos y su porcentaje de participación	79
Ilustración 4-36:	Participación generada por los emprendimientos en el nivel de ingresos 2018-2022	80

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES

ANEXO B: FICHAS DE OBSERVACIÓN APLICADAS A LOS EMPRENDIMIENTOS

ANEXO C: DATA BASE MIERCOLES EMPRENDEDOR

ANEXO D: EMPRENDIMIENTOS REGISTRADOS EN EL GAD DE CHIMBORAZO

ANEXO E: VISITA EN LAS FERIAS DE EMPRENDIMIENTOS

RESUMEN

Actualmente existe una falta de competitividad, innovación y sostenibilidad de los emprendimientos en Ecuador, especialmente en la provincia de Chimborazo y el cantón Riobamba, debido a la falta de caracterización adecuada, deficiente elaboración de planes de negocios y falta de comprensión de las necesidades del mercado. El objetivo del Trabajo de Titulación fue identificar las características principales de los emprendimientos, investigando las particularidades fundamentales de los emprendedores, para definir la situación actual de los negocios del cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo en el año 2022. En su desarrollo, se utilizó un enfoque cuantitativo que involucró la recolección y el análisis de datos numéricos relacionados con los emprendimientos existentes en el cantón Riobamba. También se utilizó un enfoque cualitativo para refinar las preguntas de investigación y basarse en métodos de recolección de datos que no involucraran medición numérica. Estos métodos se centraron en las cualidades, defectos, virtudes y preferencias de los emprendedores y sus iniciativas de negocio. Los resultados obtenidos de los instrumentos de observación revelaron que los emprendimientos en el cantón tenían una diversidad de actividades económicas y cada segmento tenía sus propias fortalezas y debilidades. Es importante destacar que la mayoría de los emprendedores se dedicaban a actividades de servicios, las cuales se destacaban por generar mayores ingresos y empleo en el cantón. Sin embargo, los emprendedores seguían teniendo deficiencias en conocimientos administrativos, financieros, de marketing y ventas. Muchos de ellos emprendían y administraban sus negocios de manera empírica, sin contar con un sistema contable y, en varios casos, ni siquiera conocían el estado económico y financiero actual de su emprendimiento. Esto provocaba que estos negocios se estancaran por muchos años sin obtener resultados.

Palabras clave: <PLANES DE NEGOCIO>, <ACTIVIDADES ECONÓMICAS>, <SISTEMA CONTABLE>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>, <CHIMBORAZO (PROVINCIA)>.



22-06-2023

1251-DBRA-UPT-2023

SUMMARY

Currently there is a lack of competitiveness, innovation and sustainability of the enterprises in Ecuador, especially in the province of Chimborazo and the canton of Riobamba, due to the lack of adequate characterization, deficient development of business plans and lack of understanding of market needs. . The objective of the Titration Work was to identify the main characteristics of the enterprises, investigating the fundamental particularities of the entrepreneurs, to define the current situation of the businesses of the Riobamba canton, Chimborazo Province in the year 2022. In its development, a quantitative approach that involved the collection and analysis of numerical data related to the existing enterprises in the Riobamba canton. A qualitative approach was also used to refine the research questions and rely on data collection methods that did not involve numerical measurement. These methods focused on the qualities, defects, strengths and preferences of entrepreneurs and their business initiatives. The results obtained from the observation instruments revealed that the enterprises in the canton had a diversity of economic activities and each segment had its own strengths and weaknesses. It is important to note that most of the entrepreneurs were engaged in service activities, which stood out for generating higher income and employment in the canton. However, the entrepreneurs continued to have deficiencies in administrative, financial, marketing and sales knowledge. Many of them started and managed their businesses empirically, without having an accounting system and, in several cases, did not even know the current economic and financial status of their venture. This caused these businesses to stagnate for many years without obtaining results.

Keywords: <BUSINESS PLANS>, <ECONOMIC ACTIVITIES>, <ACCOUNTING SYSTEM>, <RIOBAMBA (CANTON)>, <CHIMBORAZO (PROVINCE)>



Lic. Viviana yanez, MSC.

020571411

22-06-2023

1251-DBRA-UPT-2023

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es un término global, que hoy en día se ha transformado en un tema de gran importancia a nivel nacional e internacional, debido que desempeña una función significativa en la oferta de empleo y además ayuda en la industrialización de las zonas rurales, ocasionando la disminución de las desigualdades regionales.

El Censo Económico realizado en 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), establece que en el Ecuador operan 541.889 emprendimientos o negocios visibles, un 90% de estos son las pequeñas y medianas empresas (PYMES) que contribuyen a generar un 65% del empleo en el país y, aportan con el 24% al PIB, es decir que el emprendimiento actúa como eje fundamental del desarrollo económico local.

La creación de nuevos proyectos empresariales fortalece el bienestar social, la competitividad productiva, minimiza las desigualdades económicas y el desempleo y transforma el conocimiento en bienes o servicios atractivos y beneficios para las necesidades de una sociedad (Leiva, 2008, p.1). Cuando una persona inicia su propio emprendimiento lo hace con la motivación de alcanzar el éxito, por lo cual, busca la fórmula para conseguirlo, varios de ellos han considerado que la innovación y creatividad es uno de los factores característicos para obtener el éxito de sus emprendimientos, pero cabe recalcar que existen diversas determinantes que influyen en el mismo.

Esta investigación esta direccionada a identificar los factores característicos de los emprendimientos dentro del cantón Riobamba provincia de Chimborazo y determinar la incidencia que sostienen con relación al desarrollo local que garantiza la equidad económica, social, cultural y territorial para mejorar la calidad de vida de la población.

Capítulo I - planteamiento del problema: se presenta la formulación del problema; delimitación del problema; objetivos (general – específicos); justificación; y la idea a defender de la investigación.

Capítulo II – marco referencial: consta de antecedentes de investigación; fundamentación teórica; y marco conceptual.

Capítulo III - marco metodológico: se plantea el enfoque, alcance, nivel, método, diseño, y tipo de investigación; población de análisis; población de estudio; tamaño/ selección de la muestra;

técnicas e instrumentos de la investigación; validez de los instrumentos; y finalmente el tipo de información que se va a manejar en el estudio.

Capítulo IV - análisis e interpretación de resultados: constituye los resultados (encuestas y fichas de observación); diagnóstico de encuesta y observación directa; análisis general de resultados.

Capítulo V – marco propositivo: está compuesta por importancia del estudio investigativo; antecedentes; factibilidad social; y caracterización del emprendimiento.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Según el (GEM, 2019,p .1) el Ecuador es caracterizado y catalogado como uno de los países más emprendedores de Latinoamérica, pero (Borja, 2021, p.2), comenta que “la tasa de discontinuación de los emprendimientos llega a ser del 10%. Lo que evidencia que, aunque existe el potencial de creación de nuevas empresas, estas no son competitivas, ni innovadoras. ni sostenibles en el tiempo. Por otra parte, (Villamar, 2020, p.2) confirma que la falencia mas recurrente que tienen los emprendedores es que no logran realizar un plan de negocios al momento de emprender, así mismo, el no llevar una correcta administración de sus ingresos y gastos hacen que los negocios no duren por mas de uno a tres años en el mercado, cabe recalcar que Peter Drucker, considerado el padre de la administración moderna, enfatizó la importancia de comprender y definir claramente la naturaleza y el propósito del emprendimiento, en donde también detalla que, la falta de caracterización adecuada puede llevar a la falta de dirección estratégica y al desperdicio de recursos.

En un artículo del (Comercio, 2019, p.1) se determina que el Chimborazo es la provincia más pobre de la Sierra y la tercera del país. 48 de cada 100 personas viven con menos de USD 2,83 al día. En esta provincia, el desarrollo económico de los diferentes cantones depende de un proceso de acumulación e inversión de capital en nuevos proyectos, pero los mismos emprendedores no comprenden las características clave del emprendimiento, lo que dificulta la comunicación efectiva de la propuesta a los posibles clientes, inversores o socios comerciales. (Salas et al. 2019, p.1) mencionan que los gobiernos seccionales no se han preocupado en identificar los medios necesarios para atraer la inversión, como es el caso de la ciudad de Riobamba, donde el parque industrial no genera la función para lo cual fue creado, que es generar un desarrollo en la economía local.

De la misma manera, en el estudio realizado por (Cáceres, 2021, p.1) refiere que, el 68,42% de emprendimientos en el cantón Riobamba han alcanzado el éxito mediano y el 31,58% fracasaron; concluyendo que los empresarios quienes tuvieron mayor experiencia y conocimiento de su emprendimiento, antes de iniciarlo, tuvieron una mayor posibilidad de alcanzar el éxito, es decir, que al no caracterizar correctamente el emprendimiento, los emprendedores tienen dificultades para identificar y comprender las necesidades de los clientes

y conlleva a la creación de productos o servicios que no generen demanda. Por último, (Samaniego, 2016, p.3) señala que dentro de los emprendimientos empresariales analizados en el cantón Riobamba, existe una falta de pertinencia social, pues no responden a las necesidades reales, ni a las necesidades sociales de la localidad, por la falta de una comprensión profunda del cliente y el mercado al cual quiere integrarse.

1.1.1. Formulación del problema

¿Cómo la caracterización de los emprendimientos permitirá determinar la situación actual de los negocios en el cantón Riobamba provincia Chimborazo?

1.1.2. Delimitación del problema

El proyecto de investigación se llevará a cabo en la zona urbana del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, año 2022.

1.1.2.1. Macro localización

También es conocida como “la provincia de las altas cumbres”, debido a que en este lugar encontramos el volcán Chimborazo, el nevado más alto del Ecuador (6.310msnm), de majestuosidad y belleza impresionantes. Además, el pico Quilimas (4.919m) y el nevado Altar (5.320m), de particular belleza por sus formas (Prefectura de Chimborazo, 2019, p.3).



Ilustración 1- 1: Macro localización

Fuente: Google Maps, 2023.

1.1.2.2. *Micro localización*

La ciudad de Riobamba está situada a 2.754 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 188 kms. al sur de Quito, Capital del Ecuador, en la Sierra Central, y es la capital de la Provincia de Chimborazo. Se convierte en la zona de conexión entre las regiones geográficas del Ecuador (Costa, Sierra y Oriente), a través de sus vías de acceso y la dinámica comercial y de convivencia que se ha desarrollado durante décadas, contribuyendo a la diversidad en la identidad de la ciudad (CIDEU, 2020, p.1).



Ilustración 1-2: Micro localización

Fuente: Google Maps, 2023.

1.2. Objetivos

1.2.1. *Objetivo general*

Identificar las características principales de los emprendimientos, investigando las particularidades fundamentales de los emprendedores, para definir la situación actual de los negocios del cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo en el año 2022.

1.2.2. *Objetivos específicos*

- Investigar los referentes teóricos que darán soporte y validez a la presente investigación.
- Realizar un diagnóstico situacional que permita conocer las condiciones de los emprendedores y sus iniciativas de negocio dentro de la localidad.
- Elaborar una descripción característica, con los resultados obtenidos, que permita conocer las virtudes y defectos de los emprendimientos en el desarrollo local del cantón Riobamba.

1.3. Justificación del problema

1.3.1. Justificación teórica

Es importante llevar a cabo estudios investigativos en base a referentes teóricos y bibliográficos, con lo cual se profundice la información acerca de los emprendimientos a nivel nacional y local, se logre clarificar los principales problemas y dificultades existentes al momento de emprender y se pueda conocer las determinantes o parámetros a tomarse en cuenta para el proyecto investigativo. A partir de esto se logra determinar las características principales del emprendimiento para presentar varias perspectivas de conocimiento mediante la descripción de virtudes, defectos y cualidades existentes, verificándolos con los resultados obtenidos.

1.3.2. Justificación metodológica

El trabajo de investigación tiene un enfoque investigativo mixto ya que esta representado por un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos, con la investigación de antecedentes cualitativos y obtención de datos cuantitativos, obtenidos a partir de los instrumentos de investigación, con lo que se logra clarificar el panorama del tema a investigar.

1.3.3. Justificación social

En la actualidad el emprendimiento ha recibido una gran atención en todo el campo económico por la alta tasa de desempleo, lo que obliga a las personas a buscar la estabilidad económica y la independencia, optando por crear un nuevo proyecto a partir de sus conocimientos. Por ello, la importancia de esta investigación radica en conocer la situación real de los emprendimientos del cantón Riobamba, identificando las características de negocios según su actividad, el capital invertido, lugar de residencia y permanencia en el mercado, de la misma manera, se podrá identificar las particularidades de los emprendedores y sus condiciones dentro del mercado, para describir de forma detallada las ventajas y desventajas existentes al momento de invertir en un emprendimiento.

1.4. Idea a defender

Identificar las características principales de los emprendimientos, permitirá determinar el diagnóstico situacional actual de los negocios y el desarrollo local en el cantón Riobamba, provincia Chimborazo.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes de la investigación

Existen varios puntos de vista acerca del emprendimiento y factores importantes a considerar como determinantes al momento de emprender, por lo cual, se mantiene grandes expectativas sobre el tema a investigar. Por esta razón, se ha realizado varios estudios investigativos sobre las características del emprendimiento y del emprendedor.

En consecuencia (Gutama y Jiménez, 2019, p.3), afirman lo siguiente:

Existen algunos factores que ayudan a que se lleven a cabo emprendimientos de calidad, mismos que en América Latina no han sido explotados al momento de desarrollarlos, es decir, los países latinoamericanos son creadores de un alto índice de emprendimientos, sin embargo, carecen de creatividad, innovación y medios de producción, lo que conlleva a ser generadores de emprendimientos poco competitivos en el mercado y que a la vez no contribuyen con el crecimiento económico.

Además, se puede recalcar que durante el transcurso del tiempo la concepción acerca del emprendimiento no ha tenido muchos cambios, es decir, se siguen manejando bajo los parámetros fundamentales que le caracteriza a esta actividad como son: innovación, oportunidad y necesidad.

Esto lo confirma (Toapanta y Vallejo, 2019, p.28), quienes determinan que las variables que influyen dentro del emprendimiento son la creación de la metodología con el fin de implementar emprendimientos sostenibles, ya que existe un porcentaje sumamente bajo de las personas que se guían de una manera técnica, por otra parte, son pocos los estudios que las personas realizan antes de emprender

En relación entre el emprendimiento con el desarrollo local, un estudio realizado por (Mullo, 2022, p.85) menciona que el emprendimiento fortalece al desarrollo local en la generación de empleo, mejorando el nivel de vida de la población basado en equidad, participación comunitaria y economía solidaria y que esta hipótesis se cumple para un territorio definido; provincia, cantón, ciudad, comunidad y barrio, mediante el fortalecimiento de recursos endógenos.

Del mismo modo (Cancino et al, 2012, p.3), determinan lo siguiente:

Primero, el desarrollar emprendimientos dinámicos depende de las características de los fundadores de cada proyecto, de sus habilidades, conocimientos y experiencia en el mundo de los negocios. Segundo, el grado de innovación presente en los productos y servicios es clave para potenciar un crecimiento acelerado de la empresa y que en sus actividades estas generen un mayor impacto económico en la sociedad en que participan. Finalmente, una Pyme puede presentar un crecimiento mayor cuando participa en programas públicos de fomento productivo en que no sólo se obtienen recursos financieros, sino otros activos intangibles que fundamentan las operaciones productivas y comerciales.

Lo expuesto por estos autores permite determinar que para obtener calidad, solvencia y solidez en un emprendimiento no solo depende de cualidades propias de un emprendedor, como creatividad e innovación, sino también, de factores característicos que inciden en la creación del mismo. Por esta razón se considera importante abordar bases teóricas de cada una de las variables de estudio sobre la cual se sustenta esta investigación.

2.2. Fundamentación teórica

Con la finalidad de entender la incidencia del emprendimiento y las características fundamentales que conllevan a un desarrollo local sustentable, se efectuará una revisión de diversas fuentes teóricas que respaldan la relación entre las variables de estudio.

2.2.1. *Emprendimiento*

El emprendimiento también se puede considerar como una tendencia académica que se relaciona por tres actores o elementos importantes: individuo, empresas e institucionalidad, los cuales de forma articulada y complementaria pueden dinamizar el entorno económico de cualquier región o nación. Este término es utilizado globalmente y ha tomado mayor relevancia porque el factor innovador, la explotación de las oportunidades, la generación de beneficios reales para grupos sociales específicos y la construcción de nuevas fuentes de empleo contribuyen a solucionar los problemas socioeconómicos, en especial en las zonas más vulnerables o con mayores dificultades para acceder a los diferentes servicios (Jurado, 2022, p.2).

En el ámbito de la producción el término emprendimiento fue incluido por Alfred Marshall en 1880 y agrega a los factores tradicionales de producción uno más: tierra, capital, trabajo y organización, como el factor coordinador, el cual atrae a otros factores y los agrupa. Así la actitud se constituye en una característica diferenciadora entre un individuo común y un emprendedor (Duarte y Ruiz, 2009, p.2).

El emprendimiento, sin duda, es algo muy positivo tanto en el plano personal como organizacional. La innovación es una necesidad ineludible para el crecimiento y el desarrollo, sin embargo, este concepto no siempre es bien interpretado y frecuentemente se confunde con ser independiente y habitual mente informal, como cura una mayoría de los países latinoamericanos. Prácticamente, cualquier forma de comercio, negocio o presentación de servicios que realiza fuera de un vínculo laboral dependiente, se le denomina emprendimiento (Schnarch, 2022, p.5).

2.2.1.1. Tipos de emprendimiento

- **Emprendimiento tradicional:** En sectores artesanales comerciales y de servicios, cuyos requerimientos de infraestructura física, tecnológica y de personal, así como sus mecanismos de operación son básicos y no incorporan gran valor agregado en el proceso productivo.
- **Emprendimiento dinámico:** Son proyectos de innovadores que están en capacidad de crecer de manera rentable, rápida y sostenible en el tiempo, es decir, que tienen alto potencial de crecimiento que puede deberse a la calidad de su emprendedor, la mejora de una buena idea existente o porque interviene en nichos de oportunidades, no cubiertos.
- **Start Up o empresas emergentes:** Es una empresa de nueva creación que comercializa productos y/o servicios a través del uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación con un modelo de negocio escalable, el cual le permite un movimiento rápido y sostenible en el tiempo.
- **Emprendimientos sociales:** El objetivo de este tipo de emprendimiento es generar un impacto positivo en su comunidad y el mundo. La prioridad es cumplir con éticos, sociales y medioambientales. Suelen desarrollar sus iniciativas en sectores vinculados a la educación, la salud y el ambiente.

2.2.1.2. Ecosistema del emprendimiento

Como forma de impulsar esta actividad, se estimula un ecosistema para el emprendimiento, que es la convergencia de todos los actores involucrados en los procesos donde se fomenta la innovación, la creación y el desarrollo de nuevas empresas. Algunos de los actores que interactúan en estos sistemas son:

- **Los políticos:** Para facilitar las gestiones burocráticas los incentivos y las ayudas son medidas enfocadas a favorecer el emprendimiento.
- **Inversionistas:** Personas dispuestas a invertir en nuevas ideas.
- **Formación e investigación:** La tecnología la formación y la innovación son pilares esenciales en el desarrollo de nuevas empresas.
- **Otros actores:** Universidades Cámaras de Comercio instituciones, locales o automáticas círculos de colworking, organizadores de eventos e impulsores del sector confirman espacios de sinergia, de encuentro y de apoyo de emprendedores y empresarios.

La importancia del ecosistema es la ayuda al emprendedor particularmente desde el gobierno, facilitando trámites, de Educación dando la formación habilidades y las competencias de incubación de empresas desde la iniciativa privada formando alianzas con financiamiento con los llamados ángeles de inversionista (Schnarch, 2022, p.2).

2.2.2. Emprendedor

Un emprendedor es de alguien que busca resolver los problemas la curiosidad. La que posee le permite estar atento a estos, hasta encontrar la solución idónea. No, solo crea un negocio para ganar dinero; su propósito real es ayudar al mayor número de personas y resolver los principales problemas que tienen en sus vidas (Cosme, 2016, p.4).

2.2.2.1. Características del emprendedor

Para (Cáceres, 2021, p.5) las siguientes características definen a un emprendedor exitoso:

- **Necesidad de independencia:** Es la necesidad que posee un emprendedor al hacerse responsable del rumbo de su propio emprendimiento.
- **Autorrealización:** Se refiere a la necesidad de logro que presentan los emprendedores, los mismos que cuentan con ambiciones para mejorar su situación actual.

- **Control interno:** Hace referencia a la confianza que tiene el individuo en sí mismo para controlar su propio destino, se relaciona con mayor éxito empresarial, debido a que activa la innovación, asumir riesgos y la proactividad.
- **Propensión a asumir riesgos:** El emprendedor si bien es cierto esta propenso a asumir el riesgo y a su vez tratar de controlarlo, lo hace con la finalidad de obtener el éxito en su negocio.
- **Tolerancia a la ambigüedad:** La mayor parte de las decisiones empresariales se deben tomar con información incompleta, inclusive en ocasiones con alto nivel de incertidumbre; los individuos que mejor toleran la ambigüedad perciben un mayor grado de oportunidades, lo cual favorece para conducir al éxito de sus emprendimientos.

2.2.2.2. *Habitualmente, existen tres clases de emprendedores*

- Los **emprendedores por necesidad**, que en lo general corresponde a actividades, fundamentalmente de autoempleo, la mayoría de ellos no formalizadas y que corresponden aproximadamente a un 70% de las iniciativas emprendedoras.
- Los **emprendedores por oportunidad**. Este abarca prácticamente a la mayoría de las actividades comerciales o negocios tradicionales que alcancen el tamaño de una pequeña empresa.
- Los **emprendedores dinámicos** que, si aplica las iniciativas que, en rigor y de acuerdo con las definiciones originales propuestas para el concepto de emprendimiento, son las únicas de las que se les debería denominar de esa forma son; básicamente, lo que en inglés se denomina startup.

2.2.2.3. *Espíritu emprendedor*

El espíritu empresarial también como cocido como mentalidad empresarial, cultura emprendedora mentalidad emprendedora, tiene que ver con la capacidad que tienen las personas identificar oportunidades de desarrollo empresarial o social, planear el desarrollo de esas ideas o social, gestionar la ejecución de las actividades que implica su puesta en marcha y mantener una actitud de aprendizaje permanente para mejorar la unidad productiva del bien y/o servicio en funcionamiento, así como con la capacidad de innovar con el descubrimiento de las nuevas oportunidades que todo iniciativa empresarial o social generen cadena (Méndez, 2020, p.5).

2.2.3. *Desarrollo local*

El desarrollo local esta considerado como estrategia de intervención territorial para generar capacidad local y aumentar las condiciones y oportunidades para los ciudadanos y ciudadanas, promoviendo el desarrollo humano desde los principios de igualdad de oportunidades, garantizando oportunidades de una generación a la generación siguiente; de la potenciación de las personas, para que participen y se empoderen de hecho del proceso de desarrollo y se beneficien de este de forma que se garanticen sus plenos derechos humanos y de ciudadanía (Díaz y Rodríguez, 2020, p.3).

El desarrollo economico de una localidad es un proceso que proviene desde el interior, de unidades territoriales pequeñas que dinamizan la economía y la calidad de vida. Se adecúa a distintas amplitudes territoriales y está inserto en un contexto más amplio además el DL es un resultado que depende de las capacidades de sus actores en cuanto a la búsqueda de competitividad en el entorno (Díaz y Rodríguez, 2020, p.3).

El desarrollo socioeconómico local implica crecimiento económico y cambios estructurales, que conducen a una mejora del nivel de vida de la población local; ello conlleva al establecimiento de estrategias de cooperación y nuevas alianzas entre actores públicos y privados de diferentes niveles institucionales (locales, regionales, nacionales, internacionales).

El desarrollo regional busca aumentar las posibilidades de una sociedad, aprovechando las potencialidades de los sujetos como iniciadores de ideas innovadoras que causan impacto económico y social, posibilitando el crecimiento progresivo no solo en el empleo sino a nivel productivo y económico y social en las comunidades (Duarte y Ruiz, 2009, p.2).

2.3. Marco conceptual

- **Caracterización:** La caracterización en general consiste en un tipo de estudio de índole esencialmente descriptiva, la cual puede recurrir a la consecución de datos cuantitativos y cualitativos con el objeto de aproximarse al conocimiento y comprensión de las estructuras, características, dinámicas, acontecimientos y experiencias asociadas a un objeto de interés (Sánchez, 2010, p.6).
- **Competitividad Empresarial:** asimilable a la aproximación microeconómica de la competitividad, basa su tesis instando que la dotación e interacción de recursos, capacidades y competencias distintivas poseídas por las empresas, son la verdadera fuente de ventajas competitivas que luego se transformarán en resultados superiores. Esta aseveración equivale a indicar, de una parte, que la mayor fuente de competitividad está al

interior de la empresa, explicando este aforismo la razón del porqué unas empresas son más competitivas que otras; por otra, que la competitividad empresarial en su progresión predetermina tanto la competitividad sectorial como la competitividad nacional (Bermeo, 2018, p.3).

- **Innovación de productos:** La introducción de un bien o servicio nuevo o con mejoras significativas asociadas con sus características o con su uso previsto. Lo anterior, incluye las mejores significativas de las especificaciones técnicas, componentes y materiales, software incluido, facilidad de uso y características funcionales (OECD, 2012, p.6).
- **Sostenibilidad:** Es aquello que “permite la atención de las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, cabe mencionar el desarrollo sostenible en la empresa es aquello que contribuye al desarrollo sostenible mediante la entrega al mismo tiempo de beneficios económicos, sociales y ambientales “la llamada triple bottom line” (Gil y Barcellos, 2011, p.3).
- **Inversión:** En el lenguaje habitual, se suele reservar la denominación de inversión para las adquisiciones de bienes de capital fijo (concepto de inversión en sentido estricto) mientras que se habla de compras, aprovisionamientos, etc. (genéricamente gastos), para referirse a las adquisiciones de circulante. Pero hay que tener en cuenta que toda inversión en activo fijo lleva consigo una variación del capital circulante (Rosario y Rosario, 2017, p.5).
- **Capital:** Marx señala que el capital es valor que se autoexpande. El dinero actúa como capital sólo cuando se usa para generar más dinero o, para ser más precisos, cuando se le emplea en la producción de plusvalía. Esta comprensión básica de la naturaleza del capital permite distinguirlo de las varias formas específicas que adopta y las funciones realizadas por esas formas, sea como dinero, insumo o mercancía. Cada una de éstas es capital sólo en la medida en que contribuye directamente a la expansión del valor adelantado. Como tal funciona como capital, al mismo tiempo que desempeña su tarea específica de medio de pago, depósito de valor de cambio o medio de producción (Fine y Saad, 2013, p.4).
- **Desempleo:** El desempleo es también un fenómeno secular si se aprecia a nivel mundial. Y en vez de ser el pleno empleo la situación más natural, la normal es, por el contrario, el desempleo, y 10 extraordinarios y accidental es que algunos países alcancen pleno empleo, pero a expensas de la exacerbación del desempleo en otras economías por las razones de desequilibrio comercial externo al que nos referiremos después (Sacristán, 2010, p.3).

- **Pobreza:** El sentido común y la ideología dominante asocian pobreza con subdesarrollo capitalista, o sea, con su inexistencia o su falta de desarrollo pleno. Esa idea de subdesarrollo se vincula con las “carencias”. Desde esta perspectiva, pobre es aquella persona que no tiene ingresos suficientes para tener un nivel de vida mínimo o un estándar de vida adecuado. O bien, aquella persona que no tiene garantizadas sus “necesidades básicas” y que no tiene acceso a un sistema de agua potable, a la educación o la salud (Villanova, 2020, p.6).
- **Desigualdad:** LA DESIGUALDAD global se define como el nivel de desigualdad entre todos los habitantes del mundo, por lo que comprende a ricos y pobres en América Latina, así como en Europa y en los Estados Unidos. Aunque este tema no ha recibido mucha atención, presenta una combinación bastante compleja de la desigualdad entre las naciones y de la desigualdad dentro de las naciones (Bourguignon, 2017, p.6).
- **Productividad:** La productividad se puede definir como “la forma de utilización de los factores de producción en la generación de bienes y servicios para la sociedad”, la busca mejorar la eficiencia y la eficacia con que son utilizados los recursos. La productividad es un objetivo estratégico de las empresas, debido a que sin ella los productos o servicios no alcanzan los niveles de competitividad necesarios en el mundo globalizado (Medina, 2010, p.9).
- **Desarrollo:** En términos estratégicos o de acción social, el desarrollo es básicamente un asunto de acción basado en ideas, y las más relevantes en la historia del desarrollo son las de progreso, igualdad, libertad y fraternidad (solidaridad) (Márquez, 2012, p.9).

2.4. Relación entre emprendimiento y desarrollo local

Según (Vargas et al., 2020, p.55), el emprendimiento tiene una relación con el desarrollo local, ya que son pilares fundamentales para el desarrollo económico y social de la comunidad, de manera que a través de la transformación o tecnificación de productos o servicios incorporan un plus de valor, lo cual conlleva a generar un factor económicamente rentable. Por consiguiente, aumenta las posibilidades de cambio en el tejido productivo y empresarial de un distrito.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de la investigación

3.1.1. *Enfoque mixto*

El enfoque de investigación mixto implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio. Este método representa un proceso metódico, empírico y crítico de la investigación, en donde la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión personal de la investigación cualitativa pueden fusionarse para dar respuesta a problemas humanos (Otero, 2019, p. 19).

El presente trabajo investigativo se realiza mediante el enfoque mixto, debido a que se utilizó al enfoque cuantitativo al utilizar la recolección y el análisis de datos numéricos relacionados a los emprendimientos existentes en el cantón Riobamba y por otra parte el enfoque cualitativo, al refinar preguntas de investigación y al basarse en métodos de recolección de datos sin medición numérica, concernientes a necesidades, gustos, preferencias y características de los emprendedores al iniciar nuevos proyectos.

3.2. Alcance de investigación

3.2.1. *Exploratorio*

En el alcance exploratorio, la investigación es aplicada en fenómenos que no se han investigado previamente y se tiene el interés de examinar sus características (Ramos, 2020, p. 2).

Se realiza la investigación con el nivel exploratorio por que se examinó las características de los emprendimientos del cantón Riobamba y la manera en la que estos inciden en el desarrollo local, considerando que existen muy pocos estudios relacionados al tema, esto sirve para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos que contribuyan a mejorar la productividad y el desarrollo de una sociedad.

3.2.2. Descriptivo

En este alcance de la investigación, se conocen con anticipación las características del fenómeno y lo que se busca, es exponer su presencia en un determinado grupo humano. En este alcance es factible, pero no obligatorio, plantear una hipótesis que busque caracterizar el fenómeno del estudio (Ramos, 2020, p. 2).

Se aplica la investigación descriptiva al caracterizar el emprendimiento y detallar los factores fundamentales que inciden en este fenómeno y, por ende, las determinantes en la consecución de objetivos y metas en el mercado.

3.3. Nivel de investigación

3.3.1. Investigación descriptiva

Busca detallar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Mata, 2019, p.4).

La presente investigación es de carácter descriptiva ya que se detalló cual es el comportamiento y posición de cada uno de los emprendedores de la localidad con el fin de determinar factores característicos de los emprendimientos del Riobamba

3.4. Método

3.4.1. Método deductivo

El método deductivo permite especificar las características de una realidad en particular que se estudia por derivación de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones científicas de carácter general formuladas con anterioridad (Abreu, 2014, p.200).

De igual manera se utiliza este método debido a que la investigación inicia revisando teorías y estudios empíricos que se han desarrollado sobre temas afines, con la finalidad de contrastar con los datos primarios que se obtuvo de la recolección de información mediante la aplicación de la encuesta y finalmente realizar una conclusión acerca de las características principales del emprendimiento en el cantón Riobamba.

3.5. Diseño

3.5.1. Investigación no experimental

Es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos (Escamilla, 2019, p.5.)

El diseño que se utilizó fue no experimental, debido a que no existió manipulación de variables ni, es decir, que se estudia al fenómeno tal cual se da en su contexto natural.

3.6. Tipo de estudio

3.6.1. Investigación de campo

La investigación de campo es la recolección de datos recientes de fuentes primarias para un propósito específico. Es un método cualitativo de recolección de datos enfocado a comprender, observar e interactuar con las personas en su entorno natural (Ordoñez, 2018, p.6).

La investigación se llevó a cabo mediante un estudio de campo con lo cual se puede hacer preguntas directas a los emprendedores y conocer los factores fundamentales que influyen en el éxito o fracaso de estos proyectos comerciales y productivos, a fin de recopilar información directa para el presente estudio investigativo.

3.7. Población y muestra

Para la presente investigación se tomó en cuenta a una población de 314 emprendedores registrados en el GAD de Chimborazo en el presente año, estos datos fueron proporcionados directamente por el área de Fomento Productivo del Consejo Provincial, ubicado en la ciudad de Riobamba.

Fórmula para el cálculo de la muestra en poblaciones finitas

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

Donde:

n= El tamaño de la muestra

N= Es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

z= Nivel de confianza

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

e= Error de estimación

Desarrollo de la formula

Datos:

N= 314

p= 50% (0,50)

q= 50% (0,50)

e= 5% (0,05)

z= 95% (1,96)

$$n = \frac{314 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{(314 - 1)0,05^2 + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{301,5656}{1,7429}$$

$$n = 173$$

3.7.1. Técnicas de investigación

Para identificar las características del emprendimiento y su incidencia en el desarrollo local del cantón Riobamba se aplicó las siguientes técnicas de investigación que se detallan a continuación.

3.7.1.1. Observación directa

La observación directa ocurre cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno que trata de investigar (Díaz, 2011, p.8).

A través de esta técnica, se pudo obtener un conocimiento preliminar en una visita de campo en ferias de emprendimientos y lugares estratégicos para emprendedores, de esta manera se observó la atención a la ciudadanía, el servicio al cliente, tipo de productos comercializados y posteriormente rasgos característicos del negocio por medio de parámetros establecidos.

3.7.1.2. Encuesta

Este método consiste en obtener información directa de los sujetos de estudio, lo cual, es proporcionada por medio de un cuestionario; sobre opiniones, actitudes o sugerencias (Espinoza, 2019, p. 14).

La técnica empleada en la investigación para la recolección de datos es la encuesta, la cual es el procedimiento más utilizado, porque permite al investigador recopilar información mediante un cuestionario previamente diseñado. El cual se lo ejecutó de manera conjunta a emprendedores del cantón Riobamba, dentro de las cuales se obtuvo información acerca de las particularidades relevantes del emprendedor y sus rasgos fundamentales que lo llevaron a emprender.

3.7.2. Instrumentos de la investigación

Tabla 3- 1: Técnicas de investigación

Técnica	Instrumento
Observación	Ficha de observación
Encuesta	Cuestionario

Fuente: Técnicas de investigación

Realizado por: Martínez, J., 2022.

3.7.2.1. Ficha de conservación

La ficha de observación está direccionada a medir la población de emprendedores, con indicadores y criterios preestablecidos. Este instrumento se utilizó para medir de manera preliminar los factores, métodos, procesos y forma de operar en el mercado de emprendimientos. Esta ficha de observación se aplicará a emprendedores de la localidad que asistieron al auditorio del Patronato Provincial en la ciudad Riobamba en el programa “Miércoles del Emprendedor”.

3.7.2.2. *Cuestionario*

El cuestionario esta estructurado con 14 preguntas cerradas con el fin de conocer la realidad de los emprendimientos y las características de cada uno de los emprendedores en el cantón Riobamba. La encuesta será aplicada a 173 emprendedores del Cantón Riobamba.

3.8. **Validez de los instrumentos**

Para la validación de los instrumentos se utilizó el método Delphi mismo que se basa en el principio de la inteligencia colectiva, que trata de lograr un consenso de opiniones expresadas de forma individual por un grupo de personas seleccionadas cuidadosamente como expertos calificados en torno al tema, por medio de la iteración sucesiva de un cuestionario re-
troalimentado de los resultados promedio de la ronda anterior, con la aplicación de cálculos estadísticos (Carreño, 2009)

Para el presente estudio se tomo en cuenta el juicio de expertos investigadores, mismos que poseen la experticia y experiencia necesaria en cuanto al tema de estudio planteado, para lo cual se tomó le experticia de:

- **Ing. Franzua Freire Prieto:** Profesional experto en emprendimientos estratégicos
- **Abg. Grace Sisa:** Gerente Administrativa de varios emprendimientos
- **Ing. Juan Manuel Velarde:** Experto en comunicación y empleado del GAD provincial de Chimborazo

3.8.1. *Valoración general del cuestionario*

Para la validación de las encuestas se tomó el juicio de 3 profesionales investigadores quienes calificaron mediante las escalas tipo Likert, siendo:

1 = muy en desacuerdo

2 = en desacuerdo

3 = más en desacuerdo que en acuerdo

4 = más de acuerdo que en desacuerdo

5 = de acuerdo

6 = muy de acuerdo

Con lo cual se obtuvo las siguientes respuestas:

Tabla 3-2: Validación de instrumentos mediante el juicio de expertos

	sí	no
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente	X	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo		X
Las preguntas constituyen un riesgo para el encuestado		X

Fuente: Juico de expertos, 2023.

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 3-3: Evaluación general del cuestionario

	Evaluación general del cuestionario			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Validez de contenido del cuestionario		X		

Fuente: Juico de expertos

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 3-4: Observaciones y recomendaciones de instrumentos

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
Motivos por los que se considera adecuada	Las respuestas son claras para la lectura de los encuestados, se considera todas las preguntas válidas para evaluar el objetivo general y encontrar la solución al planteamiento del problema
Propuestas de mejora	Mejorar las escalas de calificación para evitar confundir a los encuestados

Fuente: Juico de expertos

Realizado por: Martínez, J., 2022.

3.9. Tipo de información

3.9.1. Fuentes primarias

Las fuentes primarias al momento de realizar el presente estudio son la técnica de la encuesta y la observación con sus respectivos instrumentos de recolección de datos, mismos que fueron estructurados de acuerdo con los criterios y parámetros necesarios para profundizar la información de los emprendimientos en el cantón Riobamba.

3.9.2. Fuentes secundarias

Como fuente secundaria se considerará información de bases de datos, informes publicados, repositorios, investigaciones previas, libros y noticias publicadas en diferentes medios de comunicación.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Resultados

4.1.1. Tabulación de encuestas

- Género

Tabla 4-1: Género de la población encuestada

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	71	41%
Femenino	102	59%
Otros	0	0%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

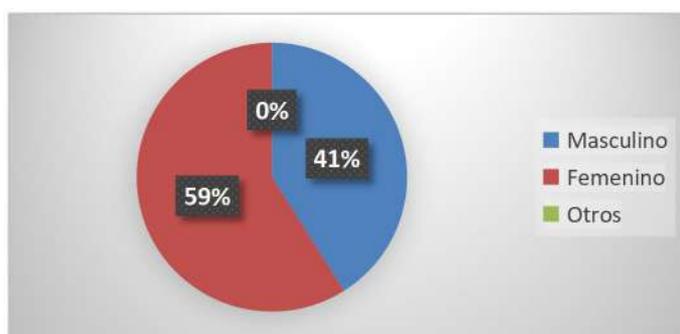


Ilustración 4-1: Género de la población encuestada

Fuente: Tabla 1-4

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: Realizada las encuestas se logró determinar que de los 173 emprendedores encuestados 102 corresponden al género femenino, representando al 59%, y 71 emprendedores son del género masculino, que representa al otro 41%.

Interpretación: La mayoría de los emprendedores son de género femenino lo que indica que las mujeres buscan un espacio en el mercado ofreciendo productos innovadores muchas veces preparados por ellas o diseñados con sus propias manos para sustentar sus hogares o colaborar con los ingresos de su familia.

- Edad de la población encuestada

Tabla 4-2: Edad de la población encuestada

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 a 25 años	25	14%
26 a 30 años	47	27%
31 a 40 años	60	35%
41 a 50 años	17	10%
51 a 60 años	12	7%
Más de 60 años	12	7%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

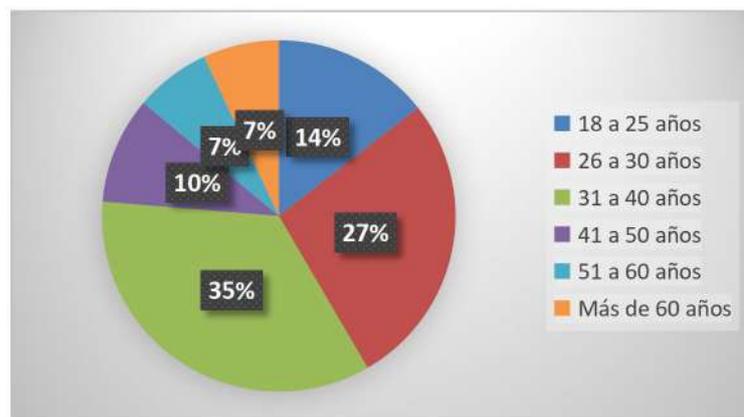


Ilustración 4-2: Edad de la población encuestada

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: Los emprendedores entre los 31 y 40 años representan el mayor porcentaje con un 35%; entre los 26 y 30 años representan el 27%; entre la edad de 18 y 25 años representan el 14%; entre los 41 y 50 años representan el 10%; y tanto los de 51 a 60 años como también los mayores a 60 años representan el 7% de emprendimientos en la ciudad de Riobamba.

Interpretación: Se evidencia que la mayoría de emprendedores que participaron en la encuesta están en una edad de 31 a 40 y 26 a 30 años, siendo una población joven que a iniciado una idea de negocio con productos innovadores.

- Tipo de contribuyente

Tabla 4-3: Tipo de contribuyente

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Natural	99	57%
Jurídico	38	22%
No está registrado como contribuyente	36	21%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

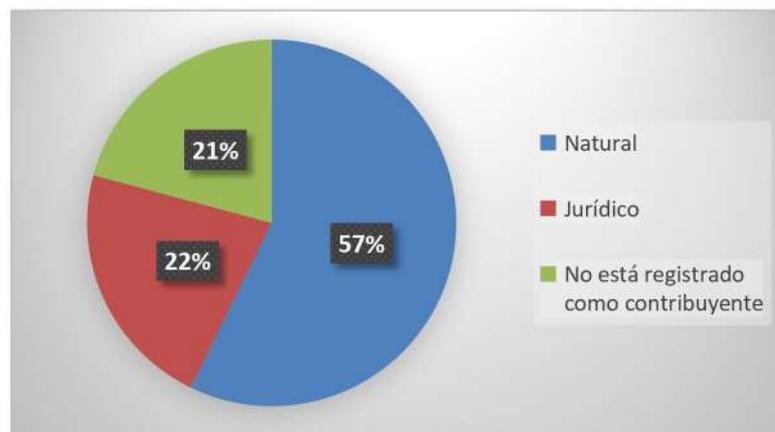


Ilustración 4-3: Tipo de contribuyente

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: De los 173 emprendedores encuestados se menciona que el 57% no se encuentra registrado como contribuyentes del SRI, siendo este porcentaje el número de emprendedores informales existentes en el cantón Riobamba, por otra parte, el 22% se encuentran registrados como personas naturales y el 21% como personas jurídicas, siendo el 41% en su totalidad los emprendedores registrados en el SRI.

Interpretación: Se puede observar que en este ámbito el mayor porcentaje de emprendimientos pertenecen a personas no registradas como contribuyentes, es decir en la parte informal, siendo sus mayores limitantes el desconocimiento de requisitos solicitados para poder registrarse tanto como persona natural o jurídica.

- Estado civil

Tabla 4-4: Estado civil

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltero/a	52	30%
Casado/a	71	41%
Divorciado/a	16	9%
Viudo/a	34	20%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

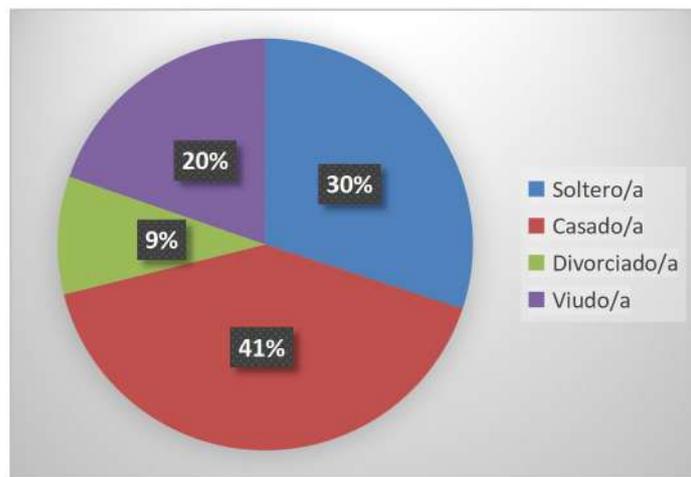


Ilustración 4-4: Estado civil

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: El 41% de emprendedores son casados; el 30% de emprendedores son solteros; las personas de estado civil viudo representan un 20%; y los de estado civil divorciado tienen un porcentaje del 9%.

Interpretación: El mayor porcentaje de emprendedores tienen un estado civil casado, por lo tanto, se puede verificar que las personas crean un emprendimiento como medio de sustento económico para sus familias, ya sea por necesidad o también por el apoyo y oportunidad que se da dentro de un ámbito familiar.

- Formación académica

Tabla 4-5: Formación académica

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguna	17	10%
Primaria	32	18%
Secundaria	82	47%
Superior	42	24%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

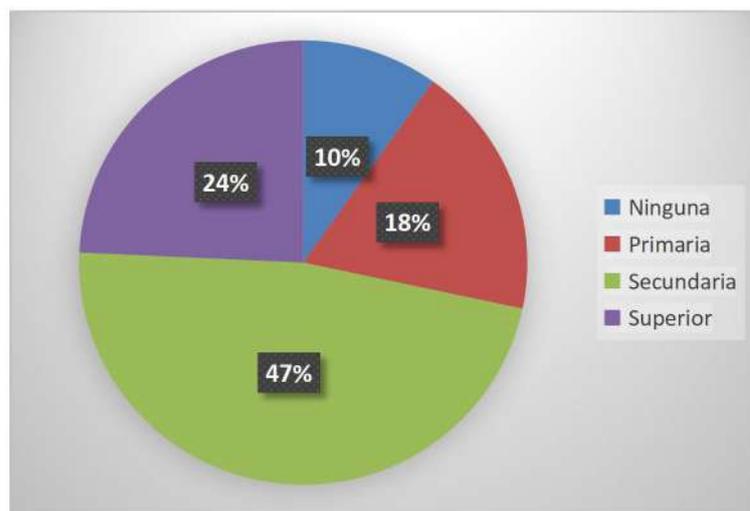


Ilustración 4-5: Formación académica

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: El 47% de emprendedores tienen una formación académica secundaria, es decir, el bachillerato; el 24% de emprendedores tienen un título superior; el 18% de emprendedores tienen la educación primaria y tan solo el 10% no tienen ningún tipo de educación.

Interpretación: Se puede identificar que la mayoría de emprendedores encuestados posee un nivel de educación secundaria, curiosamente le sigue los emprendedores con un nivel de estudio superior, cabe recalcar que estos estudios en su gran mayoría, no tiene relación al ámbito administrativo o comercial, por lo que muchas de estas personas, aun teniendo títulos de bachillerato o superior, tuvieron que iniciar sus negocios de manera empírica.

- Zona en la que reside

Tabla 4-6: Zona en la que reside

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Zona rural	83	48%
Zona Urbana	90	52%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

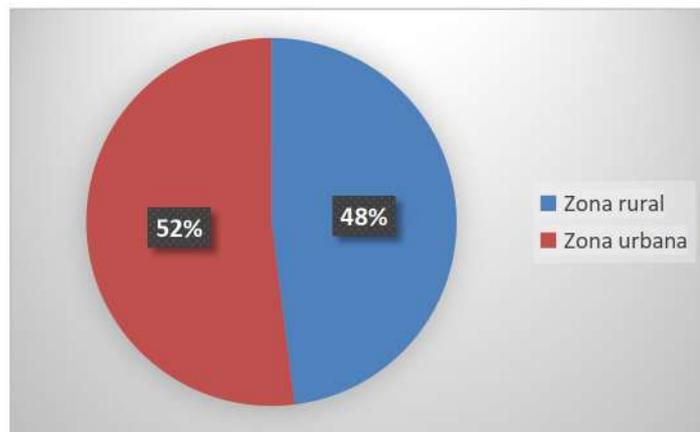


Ilustración 4-6: Zona en la que reside

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: Los emprendedores que viven en la zona urbana representan al 52% y los emprendedores que viven en la zona rural representan al 48%.

Interpretación: En base a esta pregunta se pudo verificar que los emprendedores que contribuyen con sus negocios en el cantón son también de los alrededores de la ciudad, comprendiendo así que se necesita mayor enfoque de capital para las zonas rurales.

1. ¿Cuál es la razón que lo motivó a emprender?

Tabla 4-7: Motivo del emprendimiento

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Necesidad	34	20%
Oportunidad	73	42%
Iniciativa de familiares	56	32%
Otros	10	6%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

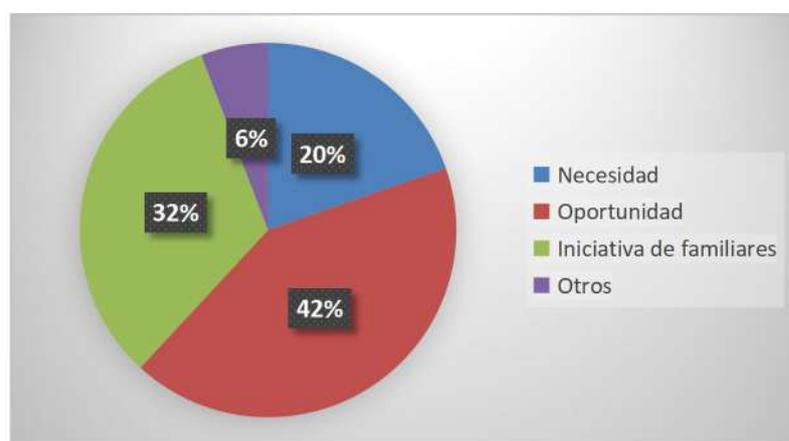


Ilustración 4-7: Motivo del emprendimiento

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: El 42% de las personas encuestadas iniciaron su proyecto en base a una oportunidad de la cual supieron aprovechar; el 32% de emprendimientos nacieron por iniciativas familiares; el 20% de emprendimientos se dio en base a las necesidades y a la falta de empleo de las personas y; un 6% de personas indicaron que otros fueron los motivos para iniciar su negocio.

Interpretación: La mayor parte de los encuestados coinciden en que iniciaron su emprendimiento como una oportunidad para dar a conocer sus habilidades, destrezas y añadido a esto adquirir ingresos para sustentar a su familia, continuamente tenemos emprendimientos que se dieron en base a iniciativas familiares, esto se concatena con una pregunta anterior en donde el mayor porcentaje de emprendedores son casados, dando a conocer que estos proyectos nacen a partir de la oportunidad e iniciativa familiar, con el fin de tener un sustento económico para el hogar.

2. ¿Cuál fue su capital inicial para emprender?

Tabla 4-8: Capital inicial

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100 a 1000	14	8%
1001 a 2000	32	18%
2001 a 5000	67	26%
5001 a 10000	45	39%
Más de 10000	15	9%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

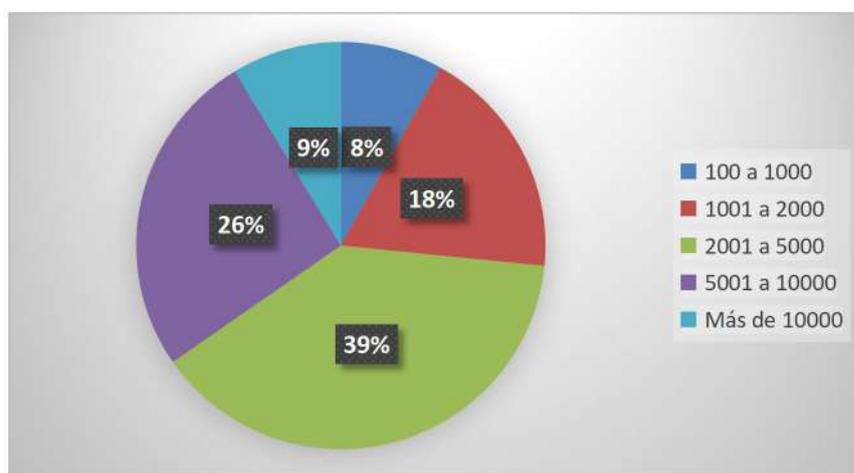


Ilustración 4-8: Capital inicial

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: El capital mínimo con el cual la mayor parte de emprendedores iniciaron un emprendimiento está entre los \$5001,00 y \$10000,00 USD, representando al 39%; entre los \$2001,00 y \$5000,00 USD se encuentra el 26% de encuestados; el 18% de emprendimientos se llevó a cabo con un capital inicial entre los \$1001,00 y \$2000,00; el 9% le menciona que su capital inicial fue de más de \$10000,00 y por último entre \$100,00 a \$1000,00 USD, solamente 8% de emprendimientos se llevaron a cabo con este capital.

Interpretación: La mayor parte de emprendedores tuvieron que iniciar sus proyectos con un capital bastante alto, para lo cual se incurrió en préstamos de instituciones financieras y apoyo económico de otras fuentes cercanas a ellos, por esta razón, los emprendedores necesitan mayor conocimiento para no perder su capital invertido.

3. ¿Su capital de inversión es?

Tabla 4-9: Capital obtenido

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propio	14	8%
Financiado	159	92%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-10: Formas de financiamiento

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Préstamo Familiar	19	11%
Préstamo bancario	46	27%
Préstamo en cooperativa	97	56%
Prestamistas informales	11	6%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

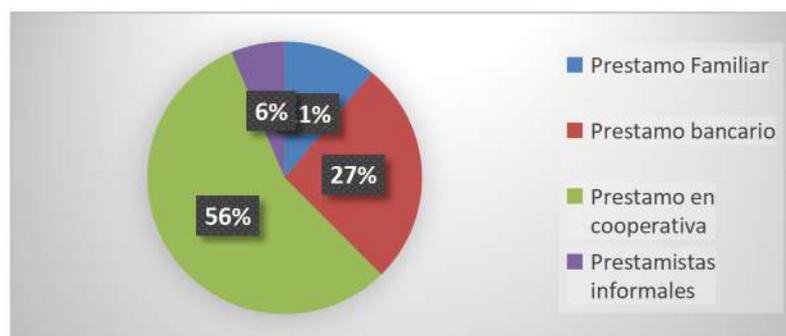


Ilustración 4-9: Formas de financiamiento

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: El 8% de emprendedores inician su negocio con fondos propios, mientras que el 92% de emprendimientos necesitan préstamos para iniciar sus operaciones. Por otra parte, también se pudo analizar que el 56% de préstamos financieros son realizados en cooperativas; el 27% de financiamiento se lo realizan en entidades bancarias; el 11% son préstamos que un familiar le facilita y un 6% de emprendimientos está financiado por prestamistas informales.

Interpretación: Los emprendedores en su gran mayoría necesitan de financiamiento de terceros para poner en marcha sus negocios y optan por realizarlo en instituciones del sector popular y solidario, debido a que existe mayor accesibilidad y facilidad al momento de solicitar un crédito.

4. ¿Qué tiempo de permanencia tiene su emprendimiento en el mercado?

Tabla 4-11: Permanencia en el mercado

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 1 año	13	8%
1 a 5 años	56	32%
5 a 10 años	67	39%
10 a 15 años	23	13%
Más de 15 años	14	8%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

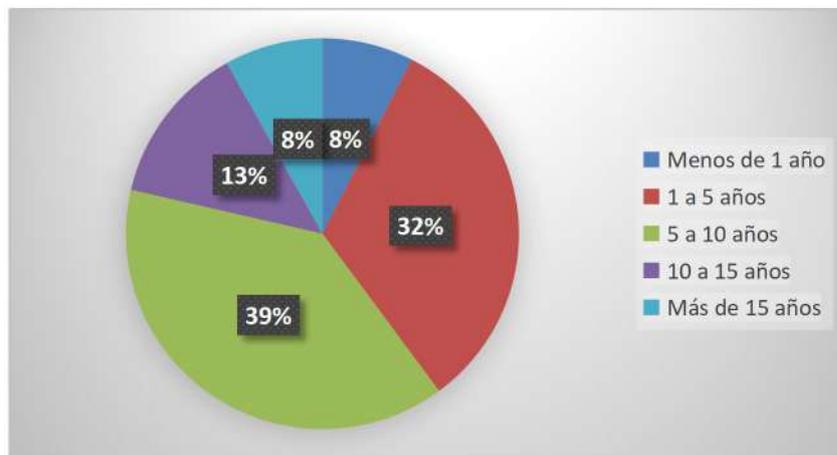


Ilustración 4-10: Permanencia en el mercado

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: El 39% de los emprendimientos están en el mercado entre 5 a 10 años; el 32% representa a los emprendimientos que tienen entre 1 a 5 años; el 13% de emprendimientos se mantienen entre 10 a 15 años y tanto menos de 1 año, como también, más de 15 años tenemos un porcentaje de emprendimientos que representan el 8% respectivamente.

Interpretación: Se evidencia que la mayor parte de los emprendedores están ofreciendo sus productos en el mercado en un periodo de 5 a 10 años, lo que indica la necesidad de seguir creciendo, introducirse en el mercado, ser mas rentables y productivos, desarrollando mejores oportunidades.

5. ¿Tipo de emprendimiento?

Tabla 4-12: Emprendimiento por la activada que realiza

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comercial	51	29%
Producción	27	16%
Artesano	31	18%
Servicios	64	37%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

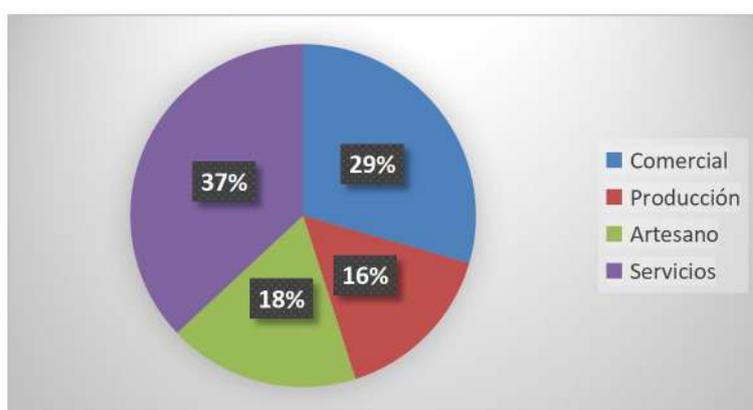


Ilustración 4-11: Emprendimientos según su actividad

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: Entre los emprendimientos, creados en el cantón Riobamba según su actividad, el mayor porcentaje es del 37% que representa a los emprendimientos de servicios, el 29% representa a los comerciantes y tanto los artesanos como los productores representan el 18% y 16% respectivamente.

Interpretación: Se evidencia que la mayoría de emprendedores se dedica a brindar servicios profesionales dado su nivel académico o de conocimientos, seguidamente se encuentran los comerciantes quienes trabajan como intermediarios, comercializando productos de primera necesidad, entre otras, y se ha visto muy disminuido a los emprendimientos de artesanos y productores debido a diferentes factores.

6. ¿Los proveedores de la materia prima para su empresa son?

Tabla 4-13: Proveedores

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fabricantes / Productores	44	25%
Minoristas	25	14%
Mayoristas	57	33%
Distribuidores	36	21%
Importadores / Exportadores	11	6%
Otros	0	0%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

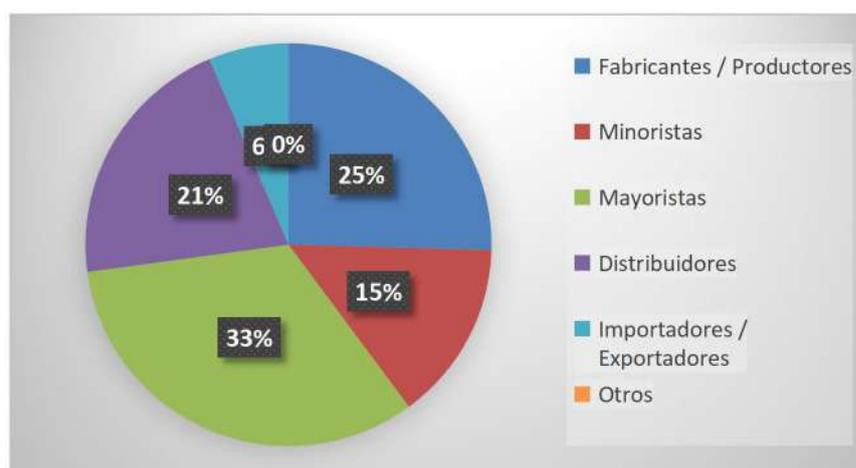


Ilustración 4-12: Proveedores

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: El 33% de emprendedores adquieren la materia prima en mayoristas; el 25% mantiene como proveedores a los fabricantes o productores específicos; el 21% se provee a través de los distribuidores oficiales; el 14% compra la materia en minoristas y tan solo un 6% de emprendimientos adquieren sus productos por medio de importadores y exportadores.

Interpretación: Los emprendedores en su preferencia compran materias primas y elementos para su producción a mayoristas en donde consiguen en un menor costo y pueden aumentar su ganancia o rentabilidad.

7. ¿En qué lugares comercializa sus productos?

Tabla 4-14: Lugares donde se comercializa

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas en línea	36	21%
Local Propio	66	38%
Mercados Municipales	27	16%
Ferias de emprendimiento	30	17%
Negocio ambulante	14	8%
Otros	0	0%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

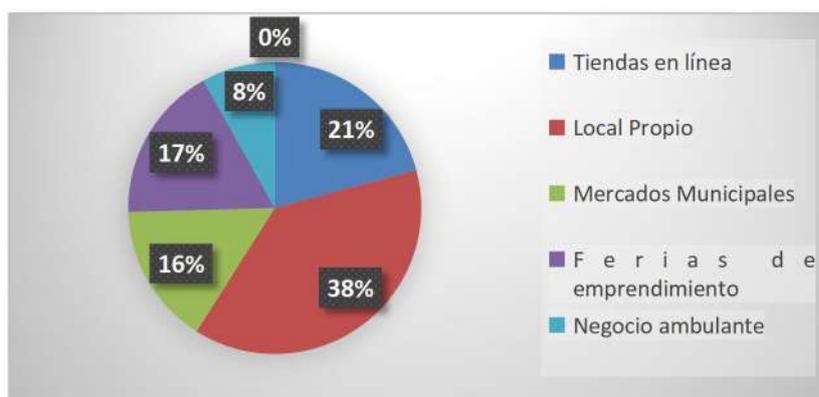


Ilustración 4-13: Lugares donde se comercializa

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: Los lugares en donde más se promocionan y comercializan los productos son en locales propios el 38%; en tiendas en línea el 21%; las el 24%, las ferias de emprendimiento representan el 17%; en mercados municipales el 16% y como negocios ambulantes el 8%.

Tabla 4-15: Lugares con mayor frecuencia de comercialización

OPCIÓN	FRECUENCIA	RESULTADOS
Todos los lugares	53	31%
Entre dos y tres lugares	87	50%
Solo uno de estos lugares	33	19%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Interpretación: De las opciones mencionadas en la Tabla 3-14 el 31% de emprendedores comercializan sus productos en diversos lugares promocionando mejor su bien o servicio; el 50 % comercializa en dos o tres lugares siendo estos las redes sociales, ferias de emprendimiento y un local que en su mayor parte es su mismo hogar y un 19% de emprendedores vende su producto en tan solo un lugar siendo los más representativos,

negocios propios. La mayor parte de emprendedores elijen comercializar sus productos de dos o tres diferentes maneras con la opción de llegar a más clientes, pero también hay quienes se limitan a un solo método comercial.

8. ¿Cuál es el promedio de ingresos mensuales del giro de su negocio?

Tabla 4-16: Ingresos mensuales

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1.000 a 5.000	59	34%
5.001 a 10.000	38	22%
10.001 a 20.000	17	10%
más de 20.000	12	7%
Desconoce	47	27%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

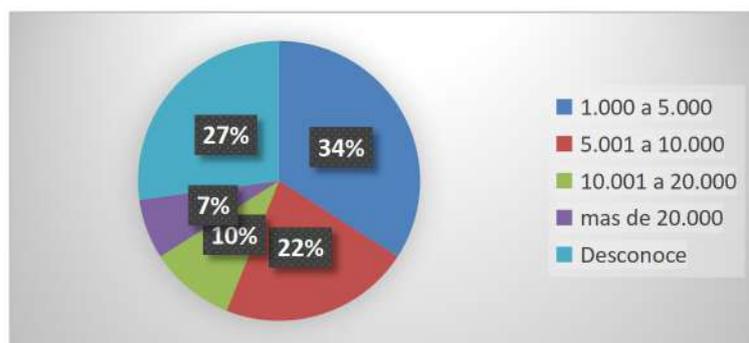


Ilustración 4-14: Promedio de ingresos mensuales

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: Se puede visualizar que el 34% de emprendimientos tienen un promedio de ingresos mensuales entre \$1.000 a \$5.000, el 27% de emprendedores desconoce exactamente el valor de sus ingresos mensuales, el 22% mencionan que su promedio de ingresos es entre \$5.001 a \$10.000, el 10% está entre \$10.000 a \$ 20.000 y por último el 7% de emprendimientos tienen ingresos mayores a \$20.000.

Interpretación: En esta pregunta se clarificó la situación económica en la que se encuentran estos emprendimientos, obteniendo que el mayor porcentaje de emprendedores poseen ingresos promedios entre \$1.000 a \$5.000, cabe recalcar, que de estos ingresos se restará el capital de trabajo para el siguiente mes de actividades y diferentes gastos incurridos por el giro de negocio. De la misma manera, es sorprendente observar que en segundo lugar porcentual se encuentran

los emprendedores que desconocen los ingresos mensuales que genera su negocio y una mínima parte de encuestados menciona que sus ingresos son mayores al promedio.

9. ¿Cuál es la mayor limitación para generar su emprendimiento?

Tabla 4-17: Limitaciones para emprender

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tramites / Requisitos	39	23%
Financiamiento	27	16%
Apoyo gubernamental	29	17%
Políticas públicas	41	24%
Falta de información	37	21%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

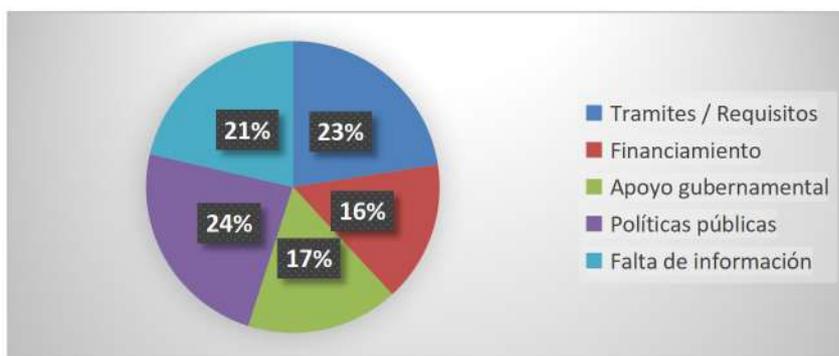


Ilustración 4-15: Limitaciones para emprender

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: Conforme a las respuestas de los emprendedores las limitaciones que sobresalen son las políticas gubernamentales con un 24%; los tramites y requisitos solicitados para iniciar las operaciones de un negocio también es un impedimento relevante con el 23%; la falta de información relevante que les ayude a prepararse para estos retos también es una limitante y el 21% de personas corroboran esto; y por último el financiamiento y apoyo gubernamental tienen los menores valores pero con porcentajes considerables.

Interpretación: Acerca de las mayores limitantes que los emprendedores sostienen al momento de generar sus actividades se ha notado que no existe una gran variabilidad en los datos, con porcentajes mínimos en donde sobresalen las políticas públicas y los tramites que se necesitan para crear sus proyectos o iniciar las actividades, lo que incurre en que la mayor parte de estos sean informales.

10. ¿Cuántos empleados trabajan en su negocio?

Tabla 4-18: Número de empleados

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 3 empleados	62	36%
4 a 6 empleados	71	41%
7 a 9 empleados	23	13%
10 a 15 empleados	14	8%
Más de 15	3	2%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

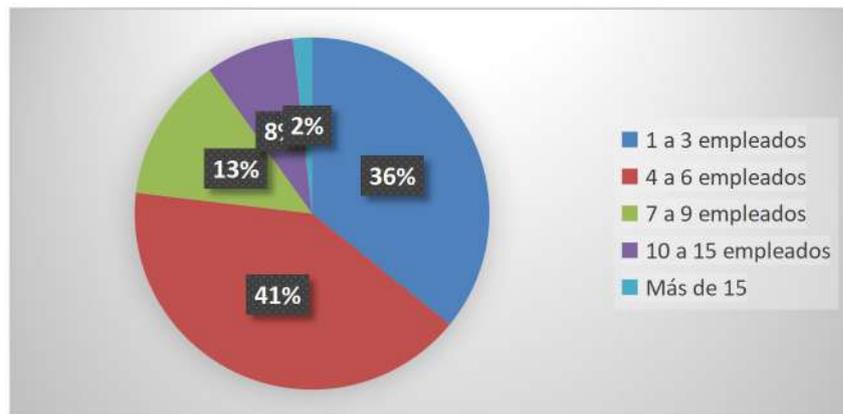


Ilustración 4-16: Empleados

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: El 42% de emprendimientos tiene entre 4 a 6 empleados; el 36% de negocios abre fuentes de trabajo para 1 a 3 empleados; entre 7 a 9 empleados trabajan para el 13% de emprendedores; de 10 a 15 empleados están bajo el cargo del 8% de emprendedores y por último en un valor del 2%, nos indican a más de 15 empleados trabajando en un negocio emprendedor.

Interpretación: En la mayoría de emprendimientos trabaja de 4 a 6 empleados lo que demuestra mayores plazas de trabajo que logran estos negocios y la necesidad de manejar un sistema administrativo eficiente para coordinar sus responsabilidades y funciones encaminadas al cumplimiento de los objetivos institucionales.

11. Los empleados bajo su dependencia

Tabla 4-19: Beneficios de trabajadores

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Están afiliados al IESS	42	24%
Reciben los beneficios de ley	21	12%
Reciben un pago por horas extras	13	8%
Trabajan por comisiones	33	19%
Perciben el Salario Básico mensual	64	37%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

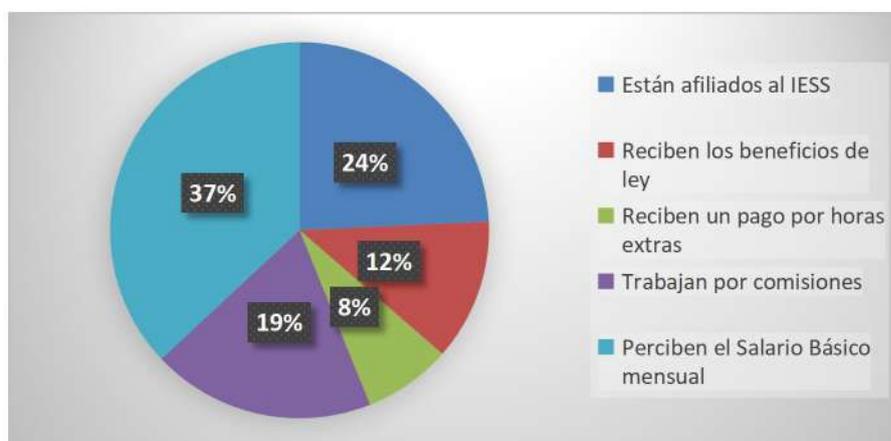


Ilustración 4-17: Acerca de los empleados

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: Observamos que el 37% de emprendedores han mencionado que sus empleados perciben el salario básico unificado mensual; el 24% indica que sus empleados están afiliados al IESS; el 12% de emprendedores otorgan los beneficios de ley a sus empleados; mientras que el 8% menciona que también se les cancela las horas extras trabajadas; y por el 19% de negocios pagan a sus empleados por comisión.

Interpretación: Con respecto a los trabajadores se ha denotado que en su mayoría cuentan con el salario básico, por lo que también se encuentran afiliados al IESS y en algunos casos también perciben los beneficios de ley, por otra parte, los empleados por comisiones también representan un porcentaje alto, esto debido a que los empleadores prefieren contratar personas que brinden servicios profesionales como comisionistas y evitar este tipo de responsabilidades.

12. ¿Los salarios pagados a los empleados desde el 2018 al 2022 han sido sobre el salario básico unificado impuesto por el ministerio de trabajo?

Tabla 4-20: Salarios pagados por la empresa

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	154	31%
No	16	29%
Talvez	3	10%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

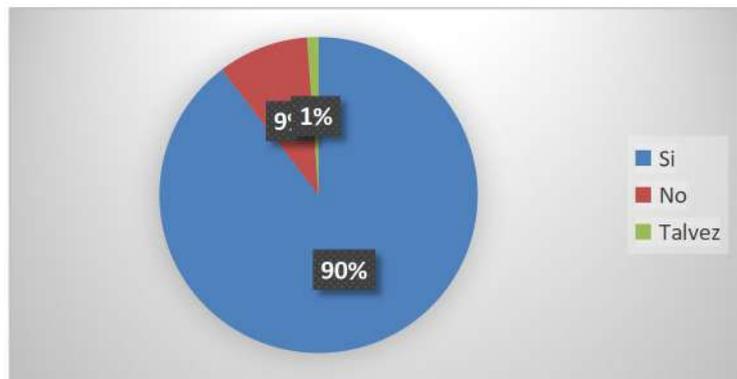


Ilustración 4-18: Salarios pagados por la empresa

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: El 90% de emprendedores confirman que a partir del año 2018 los sueldos pagados a los trabajadores es el salario básico unificado impuesto por el Ministerio del Trabajo, en un mínimo porcentaje del 9% confirman que no se rigen a este salario debido a que mantienen a sus empleados como comisionistas de ventas.

Interpretación: Se puede constatar que los emprendimientos brindan oportunidades laborales y que mantienen un sueldo básico unificado siendo de esta manera que contribuyen en el desarrollo local de la sociedad y por otra parte están los comisionistas quienes ganan según su nivel de ventas.

13. ¿Qué tipo de ayuda ha recibido por parte de la autoridad competente del cantón Riobamba?

Tabla 4-21: Ayuda de las autoridades

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Financiamiento	28	16%
Capacitaciones	58	34%
Facilidad de comercio	74	43%
Agilización en los tramites	13	8%
Ninguna	0	0%
Otros	0	0%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

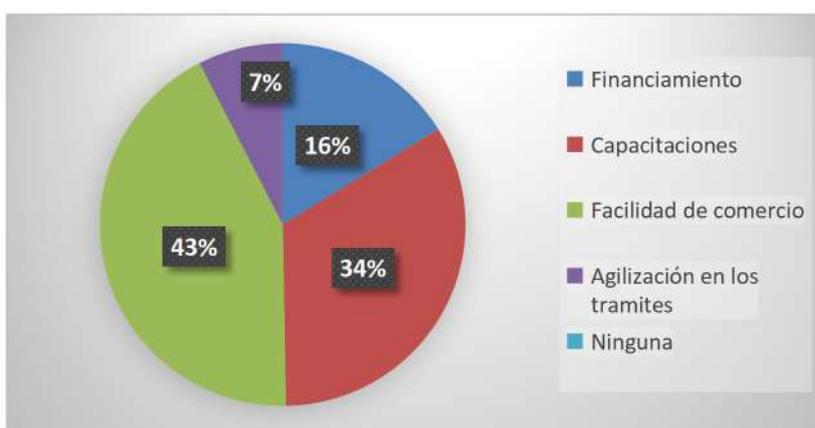


Ilustración 4-19: Ayuda por parte de las autoridades

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: En este aspecto el 43% de emprendedores menciona que existe facilidad de comercio; el 34% menciona que existen capacitaciones que les ayuda a obtener mejores resultados en sus negocios; el 16% menciona que existe algo de ayuda en financiar negocios pequeños y por último el 7% habla sobre la agilización en trámites pertinentes.

Interpretación: Los emprendedores mencionan que si existe apoyo gubernamental por parte de las autoridades competentes de GADs tanto provinciales como también cantonales, en donde resalta la facilidad de comercio, con apoyo de ferias de emprendimientos o sectores estratégicos de comercialización, por otra parte, también se brinda capacitaciones para que los dueños de negocios tengan mejores conocimientos al administrar su emprendimiento y un aspecto en donde se debería enfocar esta información es en la realización de trámites necesarios para salvaguardar un negocio.

14. ¿Cuál crees que es el mayor desafío actual al que se enfrentan los emprendedores en tu sector de actividad?

Tabla 4-22: Desafíos que enfrentan los emprendedores

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Competencia intensa	72	42%
Dificultad para encontrar clientes	55	32%
Poca demanda	46	27%
Otro	0	0%
TOTAL	173	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

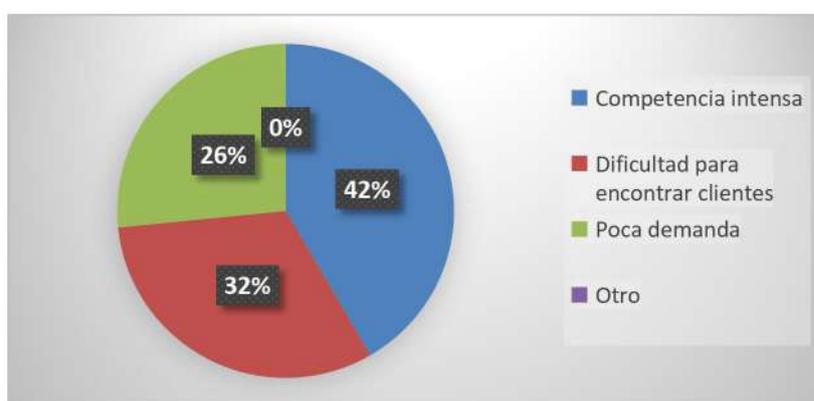


Ilustración 4-20: Desafíos

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Análisis: Por último, se confirmó los desafíos a los que se enfrentan los emprendedores siendo la competencia intensa la que mayor valor porcentual tienen con el 42%, el 32% respondieron que tienen dificultad para encontrar clientes y el 26% mencionaron que existe muy poca demanda en la localidad.

Interpretación: Los emprendedores tienen que enfrentar diversos desafíos correspondientes al ámbito en el cual se desarrollan sus actividades, de esta manera se pudo confirmar que el mayor riesgo que mantienen es la competitividad ante otras empresas, seguido por la dificultad que mantienen para conseguir y atraer clientes potenciales y por último también se menciona que existe poca demanda en el cantón, provocando que no se logre las metas que quisieran alcanzar.

4.1.2. Resultados de ficha de observación

Esta ficha de observación está encaminada a conocer los negocios de manera interna, identificaremos los factores determinantes en cada uno de los negocios y la situación real que mantienen para llevar a cabo sus actividades. Para aquello se ha realizado la observación en 20 emprendimientos.

1. ¿El emprendimiento tiene una clara definición de su modelo de negocio?

Tabla 4- 23: Modelo de negocio

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	7	35%
No	13	65%
No es posible determinarlo	0	0%
TOTAL	20	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

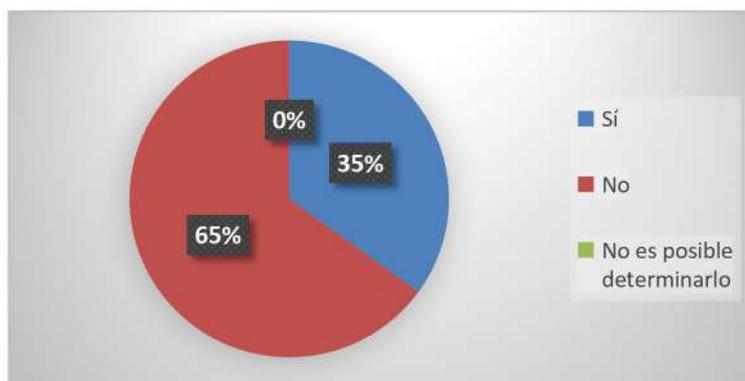


Ilustración 4- 21: Modelo de negocios

Realizado por: Martínez, J., 2022.

De los emprendimientos observados se logra visualizar que el 65% no tiene una idea clara de su modelo de negocio y tan solo el 35% tiene claro el tipo de negocio que quiere introducir en el mercado, muchos de estos emprendimientos se eligieron al azar y no tiene una visión de los objetivos y metas a alcanzar.

2. ¿El emprendimiento ha identificado claramente a su mercado objetivo?

Tabla 4- 24: Mercado objetivo

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	9	45%
No	11	55%
No es posible determinarlo	0	0%
TOTAL	20	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

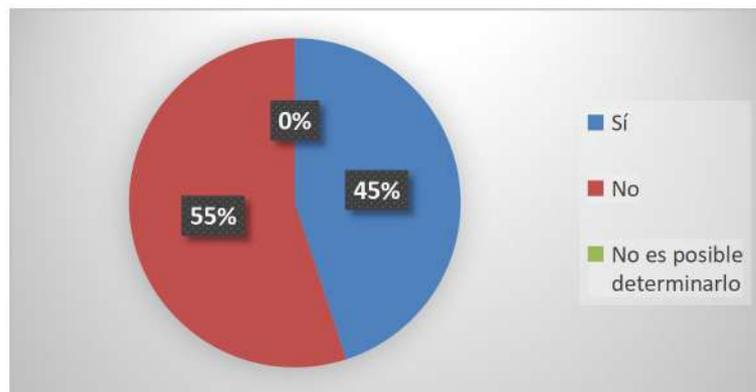


Ilustración 4- 22: Mercado objetivo

Realizado por: Martínez, J., 2022.

El 55% de estos emprendimientos ni tienen identificado a su mercado objetivo, siendo de esta manera que no pueden determinar estrategias que contribuyan al mejoramiento y expansión del negocio, el 45% de emprendimientos se capacitaron para poder saber claramente el mercado en el que se desea emprender. Al comprender los desafíos y problemas que enfrenta la sociedad, se pueden desarrollar soluciones innovadoras que generen un impacto positivo y mejoren la calidad de vida de las personas.

3. ¿El emprendimiento muestra una estrategia efectiva para captar clientes o usuarios?

Tabla 4-25: Estrategias efectivas

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí, de manera destacada	5	25%
Sí, pero con algunas debilidades	9	45%
No	6	30%
TOTAL	20	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

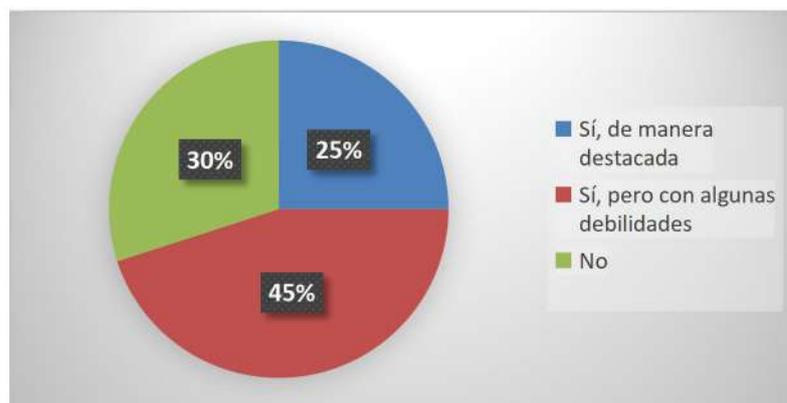


Ilustración 4-23: Estrategias efectivas

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Esta pregunta está ligada con la anterior en la cual el 45% trata de crear estas estrategias para mejorar sus ventas y generar mejores ingresos pero la falta de conocimiento base en el mercado al que quiere enfocarse imposibilita o debilita dicha estrategia, el 30% no tiene ideas de cómo crear estas estrategias y simplemente se manejan de manera empírica o por experiencia propia, y por último el 25% de emprendimientos tienen esta mentalidad de generar estrategias captando mayores clientes y mejorando sus ventas diarias.

4. ¿El emprendimiento ha logrado generar ingresos de manera consistente?

Tabla 4-26: Ingresos Consistentes

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí, de manera destacada	7	35%
Sí, pero con algunas debilidades	11	55%
No	2	10%
TOTAL	20	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

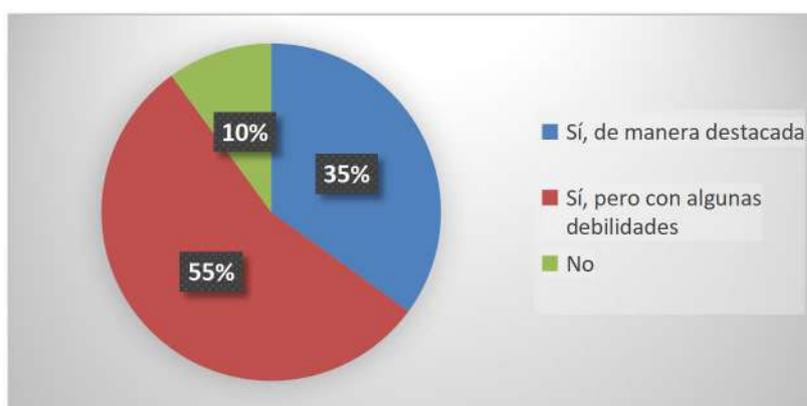


Ilustración 4-24: Ingresos consistentes

Realizado por: Martínez, J., 2022.

El 55% de estos emprendimientos logran generar ingresos pero con diversas dificultades mismas que no les da la seguridad para seguir expandiéndose e integrando más variedad de bienes o servicios a su negocio, el 35% ha logrado catapultarse generando ingresos de manera destacada mismos que les ayudan a seguir con sus actividades y mejorar dinámicamente para fortalecer sus ventas y el 10% de emprendimientos no saben exactamente el nivel de ingresos que mantienen de manera mensual ni tampoco la situación actual de su negocio.

5. ¿El emprendimiento ha demostrado capacidad para adaptarse a los cambios y desafíos del mercado?

Tabla 4-27: Adaptarse a los cambios en el mercado

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí, de manera destacada	5	25%
Sí, pero con algunas dificultades	13	65%
No	2	10%
TOTAL	20	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

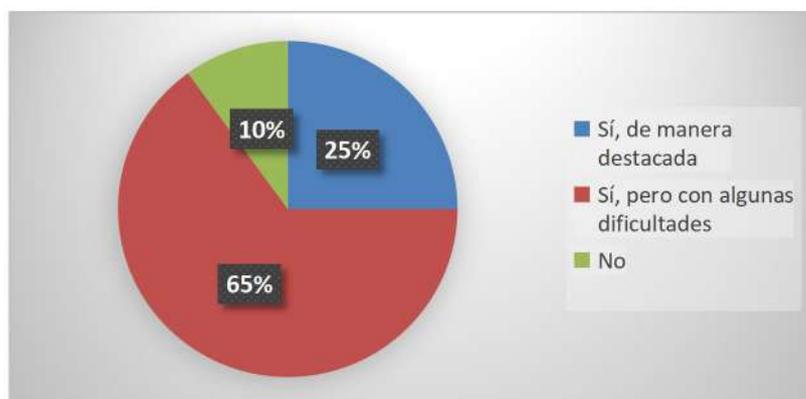


Ilustración 4-25: Adaptarse a los cambios en el mercado

Fuente: Ficha de observación N.º 2.

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Analizando los desafíos más comunes que existen al momento de emprender sobresale la competitividad excesiva, y el 65% de estos emprendimientos logran adaptarse a estos desafíos o cambios que se dan en el mercado, pero tienen dificultades y perdiendo oportunidades que no supieron aprovechar, el 25% se destaca por saber adaptarse y conocer la situación cambiante del mercado para estar preparado a diferentes desafíos y el 10% no logra adaptarse a las situaciones y aunque no quiebren del todo pierden mucho de su inversión y tienen que volver a empezar.

6. ¿El emprendimiento ha implementado estrategias de innovación en sus productos o servicios?

Tabla 4- 28: Estrategias de innovación

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	4	20%
No	15	75%
No es posible determinarlo	1	5%
TOTAL	20	100%

Fuente: Ficha de observación N.º 2.

Realizado por: Martínez, J., 2022.

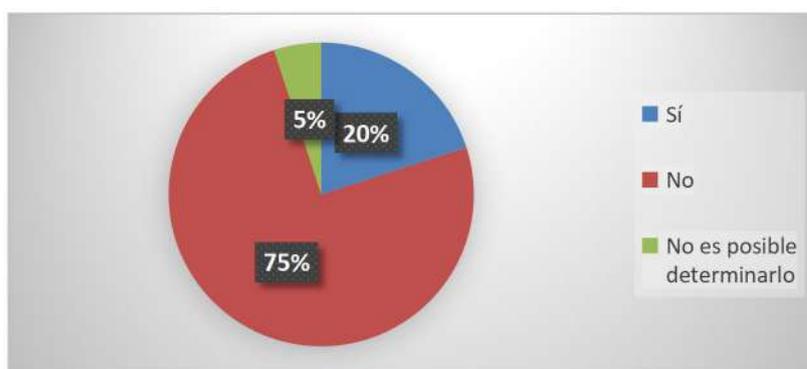


Ilustración 4- 26: Alianzas y colaboraciones estratégicas

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Esta pregunta ayudo a conocer si los emprendimientos identifican la manera de seguir en el mercado de manera sostenible con lo cual se demostró que el 75% de estos negocios no pretenden implementar estrategias de innovación que les ayude a mejorar su capacidad y situación actual, esto ha provocado que estos negocios se estanquen y no puedan crecer en el mercado, tan solo el 20% se observa que pueden innovar y mejorar sus características para incrementar su nivel de ventas y mejorar su rentabilidad y el 5% no fue posible determinar esta pregunta.

7. ¿El emprendimiento ha establecido alianzas o colaboraciones estratégicas con otros actores del mercado?

Tabla 4-29: Alianzas y colaboraciones estratégicas

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	4	20%
No	16	80%
No es posible determinarlo	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Ficha de observación N.º 2.

Realizado por: Martínez, J., 2022.

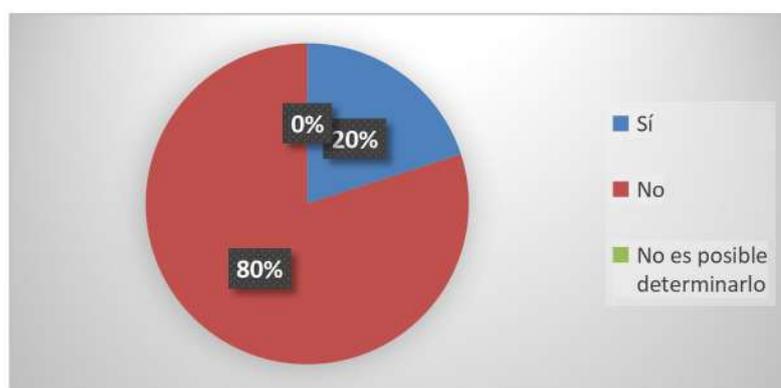


Ilustración 4-27: Alianzas y colaboraciones estratégicas

Realizado por: Martínez, J., 2022.

En este ámbito se ha observado que el 80% no tiene claro de como formar alianzas estratégicas de esta manera se mantienen en su segmento, por lo tanto, tampoco los demás inversores lo ven como empresas potenciales para realizar estas alianzas, tan solo el 20% ha logrado conformar alianzas para fortalecer sus emprendimientos y de esta manera crecer conforme el mercado se expande.

8. ¿El emprendimiento ha logrado expandir su alcance geográfico o diversificar su oferta de productos o servicios?

Tabla 4-30: Expansión y alcance geográfico y diversificación

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí, de manera destacada	3	15%
Sí, pero con algunas dificultades	6	30%
No	11	55%
TOTAL	20	100%

Fuente: Ficha de observación N.º 2.

Realizado por: Martínez, J., 2022.

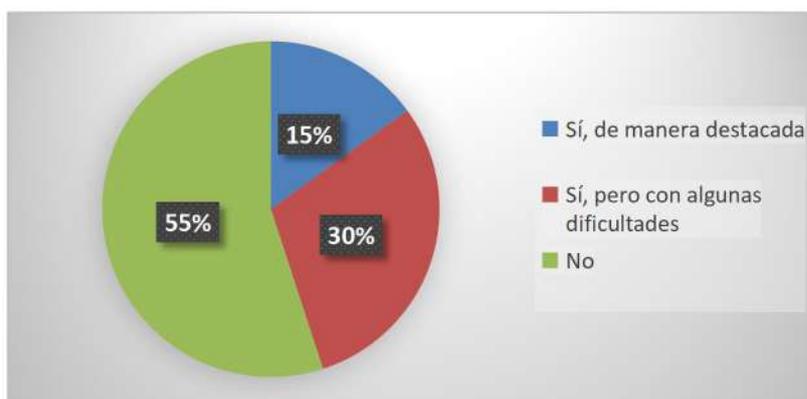


Ilustración 4-28: Expansión y alcance geográfico y diversificación

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Los emprendimientos observados no han logrado expandirse en el mercado ni tener mayor alcance debido a diversas debilidades que les mantienen estancados y no logran clarificar el panorama de su segmento emprendedor, así lo demuestra esta pregunta en la cual el 55% de negocios no han podido establecer su marca para poder expandirse y tener mejor alcance, el 30% ha iniciado a crear nuevas expectativas de conocimiento y conocer como introducir su marca para lograr mejor alcance pero aún tienen dificultades que les imposibilitan crearlo con éxito, y por último tan solo el 15% tiene su marca bien instaurada, reconocida y con un gran prestigio, para que de esta manera pueda implementar nuevos locales en otras ubicaciones geográficas.

4.2. Características obtenidas en base a las fichas de observación

La caracterización de un emprendimiento se refiere al análisis detallado de los aspectos y rasgos importantes que conforman esta actividad, desde la idea de negocio, equipo de trabajo, liderazgo, estrategia de marketing y ventas, entre otros. A partir de esto se logra determinar un plan de negocio sólido y realista que permita llevar a cabo la idea de negocio, cubrir las debilidades y alcanzar los objetivos de manera efectiva.

A continuación, se detallarán las características de manera individual de 20 emprendimientos de la localidad, quienes participaron en la capacitación dictada en el Patronato provincial en el programa “miércoles del emprendedor”. Para determinar estas características se abordarán los siguientes parámetros:

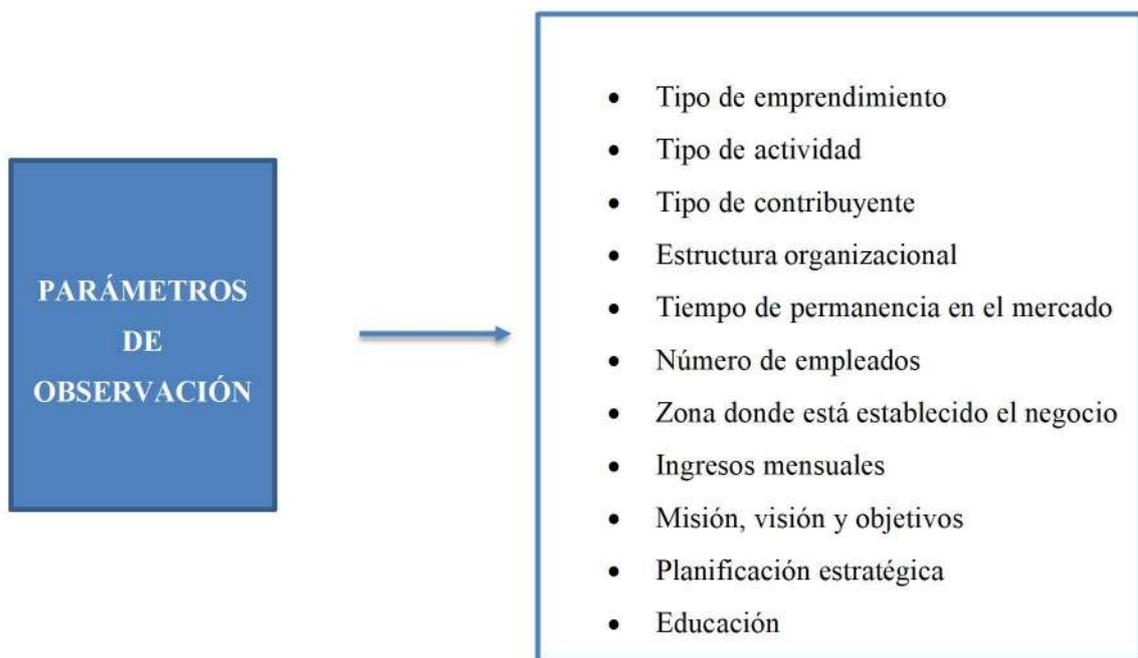


Ilustración 4- 29: Parámetros de observación

Fuente: Fichas de observación, 2022.

Realizado por: Martínez, J.,2022.

Tabla 4-31: Ficha de observación 1

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	BENJAMIN QUITO
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	JAGUAR
PRODUCTO	LICOR ARTESANAL
CELULAR	993569641
DIRECCIÓN	Eduardo Kingman y Teofilo Zaenz
FECHA DE OBSERVACIÓN	
<p>Jaguar es un emprendimiento productor de licor artesanal fabricado a partir de una mezcla de los más finas aromas y sabores con altos estándares de calidad.</p>	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Familiar • Tipo de actividad: Artesano • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica No cuenta con un sistema contable Infraestructura propia Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 7 años • Número de empleados: 6 familiares; 2 externos • Zona donde está establecido el negocio: Rural • Ingresos mensuales: Desconoce • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: Publicidad orgánica • Educación: Superior 	
<p>Análisis</p> <p>En este aspecto se puede recalcar la motivación y el compromiso con el proyecto, pero tiene aspectos insuficientes que provocan el estancamiento del producto y la falta de planificación provoca que no tenga un enfoque a largo plazo. insertándose en el mercado y logrando mejor alcance.</p>	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

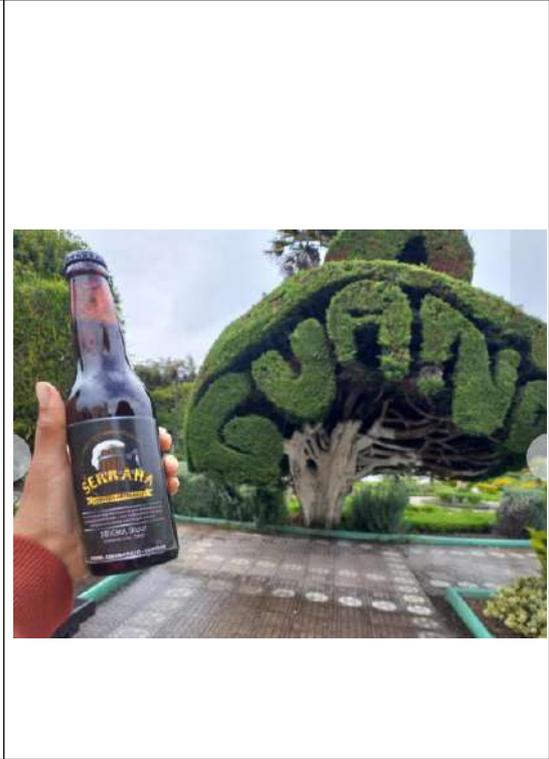
**FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL
CANTÓN RIOBAMBA**

NOMBRE DEL PROPIETARIO	DAVID GUAMBO
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	SERRANA CERVEZA ARTESANAL
PRODUCTO	PRODUCTOR
CELULAR	989347521
DIRECCIÓN	SANTA TERESITA – GUANO
FECHA DE OBSERVACIÓN	

Es una bebida que se elabora a partir de ingredientes totalmente naturales, que no llevan aditivos artificiales.

CARACTERIZACIÓN

- **Tipo de emprendimiento:** Familiar
- **Tipo de actividad:** Artesano
- **Tipo de contribuyente:** Persona Natural no obligada a llevar contabilidad
- **Estructura organizacional:**
Carece de estructura jerárquica
No cuenta con un sistema contable
Arriendo de Infraestructura
Cumple con los permisos legales
- **Permanencia en el mercado:** 3 años
- **Número de empleados:** 4 familiares; 3 externos
- **Zona donde está establecido el negocio:** Urbana
- **Ingresos mensuales:** Desconoce
- **Misión, visión y objetivos:** Si aplica
- **Planificación estratégica:** Publicidad orgánica.
- **Educación:** Superior



Análisis
Este emprendimiento se encuentra en un estado de crecimiento, se puede resaltar la perseverancia y la motivación que ha mantenido el propietario a lo largo del tiempo, por tal motivo ha podido introducir su producto en el mercado, pero la falta de capacidades, planificación, conocimientos previos han ocasionado que este producto se estanque y aunque este posicionado, no logre la rentabilidad esperada.

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-32: Ficha de observación 2

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	EDITH GUANGA
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	"HANA EDITH"
PRODUCTO	SEMILLAS DE SAMBO
CELULAR	992810565
DIRECCIÓN	PENIPE SAN ANTONIO
FECHA DE OBSERVACIÓN	
Es un emprendimiento familiar el cual surgió debido a las necesidades, y al observar las semillas de sambo la propietaria tuvo la imaginación de prepararlas como un alimento nutritivo y sano.	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Personal • Tipo de actividad: Productor • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica No cuenta con un sistema contable Infraestructura propia Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 10 años • Número de empleados: 3 • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: Desconoce • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: Publicidad orgánica • Educación: Bachillerato 	
Análisis	
Este emprendimiento se encuentra con buena percepción, tiene varios años en el mercado, pero aún no ha podido consolidarse como una marca reconocida, lo que resalta es su buena calidad de atención, su representativa formalidad y la motivación para capacitarse y seguir enfocada en su producto.	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-33: Ficha de observación 3

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	CRISTIAN PEREZ
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	“LA PRIMICIA”
PRODUCTO	ARTESANO
CELULAR	0978982459
DIRECCIÓN	Riobamba – La Paz
FECHA DE OBSERVACIÓN	
<p>Una empresa RIOBAMBEÑA de cerveza artesanal. Una microempresa dedicada a la elaboración de cerveza artesanal de alta calidad, con los ingredientes más finos y naturales con la finalidad de construir grandes Marcas que perduren en el tiempo.</p>	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Familiar • Tipo de actividad: Artesanal • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica No cuenta con un sistema contable Infraestructura propia Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 6 años • Número de empleados: 4 Familiares • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: 1.200,00 • Misión, visión y objetivos: Si aplica • Planificación estratégica: Publicidad orgánica • Educación: Bachiller 	
Análisis	
<p>Este es uno de los grandes emprendimientos que con perseverancia y motivación han logrado introducir su producto en el mercado, el propietario no estudio carreras administrativas pero las ganas de crecer fueron tan grandes que se motivó a capacitarse y estudiar, por tal motivo cuenta con una misión y una visión de la misma manera se implementó objetivos, pero podría mejorar todo esto</p>	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-34: Ficha de observación 4

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	Mayra Celi
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	“LA REINA MIEL”
PRODUCTO	Productor
CELULAR	0994602940
DIRECCIÓN	Yaruquies
FECHA DE OBSERVACIÓN	
<p>La Reina Miel es una empresa de producción y asesoría apícola. Ofrece productos naturales beneficiosos para la salud y belleza</p>	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Personal • Tipo de actividad: Productor • Tipo de contribuyente: No se encuentra registrada • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica No cuenta con un sistema contable Infraestructura propia Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 4 años • Número de empleados: 2 • Zona donde está establecido el negocio: Rural • Ingresos mensuales: Desconoce • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: Redes sociales • Educación: Bachiller 	
<p>Análisis</p> <p>Este emprendimiento ha tenido un buen rendimiento en lo que respecta puntualidad, motivación y perseverancia, de la misma manera su calidad y eficiencia al momento de atender a un cliente es buen, pero al momento de tomar nuevas decisiones o tomar nuevos riesgos el carácter es negativo, de la misma manera la deficiencia de planificación provoca estancamiento y poca demanda del producto</p>	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-35: Ficha de observación 5

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	Catalina Cargua
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	“Arte Caty”
PRODUCTO	ARTESANO
CELULAR	098 718 2424
DIRECCIÓN	Riobamba
FECHA DE OBSERVACIÓN	
Arte Caty es un mundo de manualidades que están hechas pensando en el cuidado del medio ambiente y adornar tu entorno.	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Familiar • Tipo de actividad: Artesanal • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica No cuenta con un sistema contable Infraestructura propia Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 9 años • Número de empleados: 5 Familiares • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: Desconoce • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: No aplica • Educación: Bachiller 	
Análisis	
Este es un emprendimiento artesanal el cual tiene piezas muy llamativas y originales para adornar su hogar, la innovación y motivación por seguir produciendo mantienen un buen resultado, de la misma manera la autoconfianza que genera hace que su producto llame la atención, los caracteres deficientes se encuentran en el marketing publicitario, en la planificación y en la aceptación de riesgos que debería tomar para mejorar el alcance de su producción	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-36: Ficha de observación 6

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	Veronica
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	“HAWIK”
PRODUCTO	ARTESANO
CELULAR	099 665 5717
DIRECCIÓN	<u>Eugenio Espejo 27-24 y Junín, Riobamba, Ecuador</u>
FECHA DE OBSERVACIÓN	
Realizamos Alcancías, figuras y detalles personalizados, elaborados totalmente a mano.	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Familiar • Tipo de actividad: Artesanal • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica Cuenta con un sistema contable Infraestructura propia Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 8 años • Número de empleados: 3 • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: 900,00 • Misión, visión y objetivos: Si aplica • Planificación estratégica: Publicidad orgánica • Educación: Superior 	
Análisis	
Es un emprendimiento que cuenta con infraestructura definida para la exhibición de sus productos, de la misma manera la gran perseverancia le ayudado a mantenerse en el tiempo, pero por falta de estrategias y planificación se encuentra estancada y no logra cumplir con la rentabilidad necesaria para expandir su negocio	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-37: Ficha de observación 7

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	Jaime Valdivieso
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	“THE JOCKEY”
PRODUCTO	Productor
CELULAR	0987483392
DIRECCIÓN	Parque infantil calle primeras olimpiadas y av. Daniel León Borja Riobamba- Ecuador
FECHA DE OBSERVACIÓN	
Jaime Valdivieso, un artesano creador de gorras ferroviarias ‘The Jockey’, dijo que ya lleva alrededor de diez años en este emprendimiento, y que lo creó porque desde pequeño vivió frente a los ferrocarriles, además que su padre era ferroviario.	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Personal • Tipo de actividad: Productor • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica No cuenta con un sistema contable Infraestructura propia Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 12 años • Número de empleados: 4 • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: Desconoce • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: Desconoce • Educación: Bachiller 	
Análisis	
Este emprendimiento se encuentra en un momento regular, debido a la poca publicidad y estrategias de marketing no ha logrado conseguir muchos demandantes, por tal motivo, aunque son productos que no perecen con el tiempo, pues la economía y el presupuesto se encuentran estancados.	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-38: Ficha de observación 8

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	Danny Esparza
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	“Misifus Artesanías”
PRODUCTO	ARTESANO
CELULAR	0990972582
DIRECCIÓN	Juan Larrea y Colombia, Riobamba, Ecuador
FECHA DE OBSERVACIÓN	
Venta de productos elaborados en varios materiales y técnicas.	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Familiar • Tipo de actividad: Artesanal • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica No cuenta con un sistema contable Venta por catalogo Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 5 años • Número de empleados: 5 • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: 600,00 • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: Publicidad orgánica y marketing online • Educación: Bachiller 	
Análisis	
Este emprendimiento se arriesgó por vender de manera online, transformando el modo habitual y aprovechando la tecnología a su favor, mantiene principios correctos directamente a su negocio y cuenta con buenos resultados, pero una irregular rentabilidad	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-39: Ficha de observación 9

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	Byron Sánchez
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	Waminka
PRODUCTO	Productores
CELULAR	0999712209
DIRECCIÓN	Av. Daniel León Borja. Riobamba - Ecuador
FECHA DE OBSERVACIÓN	
<p>‘Waminka’; realiza cada producto con sus propias manos, pinta y demuestra la cultura de Ecuador, realiza decoraciones, imanes para neveras, llaveros, cadenas y colgantes; por otro lado, las pulseras son realizadas por su esposa, también hechas a mano</p>	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Familiar • Tipo de actividad: Artesanal • Tipo de contribuyente: No registrado • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica No cuenta con un sistema contable No cuenta con infraestructura No cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 4 años • Número de empleados: 3 Familiares • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: Desconoce • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: No aplica • Educación: Bachiller 	
Análisis	
<p>Este emprendimiento es uno que lleva muy poco tiempo en el mercado, pero a ha logrado recuperar la cultura artesanal juntamente con su familia crea piezas muy creativas e innovadoras que gusta a muchos, pero la falta de capacitación acerca de la administración del dinero no le permite saber la rentabilidad obtenida por su negocio.</p>	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-40: Ficha de observación 10

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	Gabriela Torres
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	“PEGASSO”
PRODUCTO	PRODUCTOR
CELULAR	0995059929
DIRECCIÓN	Brasil y Primera Constituyente Riobamba – Ecuador
FECHA DE OBSERVACIÓN	
PEGASSO te ofrece productos y bebidas 100% artesanales a base de materia prima natural	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Personal • Tipo de actividad: Productor • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica Cuenta con un sistema contable Infraestructura propia Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 8 años • Número de empleados: 5 • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: 920,00 • Misión, visión y objetivos: Si aplica • Planificación estratégica: Publicidad orgánica • Educación: Bachiller 	
Análisis	
<p>Este emprendimiento se encuentra en un punto regular, posee un producto bueno y de calidad, ofreciendo también variedad, pero al no tomar riesgos y decisiones de mejora el negocio se encuentra estancado, en otro aspecto no tiene una ubicación estratégica para que logre obtener mayores demandantes</p>	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-41: Ficha de observación 11

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	Yolanda Leon
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	Armev
PRODUCTO	ARTESANO
CELULAR	0988067960
DIRECCIÓN	En la ciudadela Los Shyris – Riobamba Ecuador
FECHA DE OBSERVACIÓN	
Comercializa y alquila trajes típicos de fiestas navideñas y más, llevando la mejor calidad y opción en disfraces.	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Personal • Tipo de actividad: Artesanal • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica Cuenta con un sistema contable Infraestructura arrendada Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 12 años • Número de empleados: 4 Familiares • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: Depende del mes • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: Publicidad orgánica 	
Análisis	
<p>Este emprendimiento es uno de los que se encuentran establecidos en una ubicación estratégica con mucha afluencia de personas, por tal motivo el nivel de ventas es bueno, pero al no tener una planificación ni un sistema contable debido no se conoce el nivel de rentabilidad que posee, por lo cual, aunque se ha sostenido en el tiempo, durante muchos años se ha mantenido de la misma manera sin poder expandir sus servicios.</p>	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-42: Ficha de observación 12

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	IVAN ARIAS
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	“Taller de artístico las Palmas”
PRODUCTO	PRODUCTOR
CELULAR	0989827807
DIRECCIÓN	Ciudadela 24 de mayo calles Guayas y Araucanos
FECHA DE OBSERVACIÓN	
Es un emprendimiento que brinda al público piezas de madera artísticas, puede encontrar desde llaveros hasta adornos para el hogar, en materiales de buena calidad con gran creatividad	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Personal • Tipo de actividad: Productor • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica No cuenta con un sistema contable Infraestructura propia Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 10 años • Número de empleados: 6 Familiares • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: Depende del mes • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: Publicidad orgánica • Educación: Bachiller 	
Análisis	
Este emprendimiento se ha mantenido durante muchos años en el mercado, sus productos son muy llamativos y de buena calidad, lo que ayuda a que tenga clientes fijos y potenciales, tiene motivación y perseverancia, pero la falta de estrategias. Como marketing, planificación y ubicación, es lo que no le ha permitido alcanzar las ventas ni la rentabilidad que desea.	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-43: Ficha de observación 13

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	ROSARIO SALAS
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	VINOS DE MORA "PUSUCA"
PRODUCTO	PRODUCTOR
CELULAR	993651347
DIRECCIÓN	PENIPE, LA MATRIZ
FECHA DE OBSERVACIÓN	
El emprendimiento cuenta con productos de calidad, el vino está fabricado a base frutas naturales y su consistencia es cuidadosamente elaborada para mejorar el sabor, los productos son netamente naturales, no tiene conservantes ni colorantes.	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Familiar • Tipo de actividad: Artesanal • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica Cuenta con un sistema contable Infraestructura arrendada Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 2 años • Número de empleados: 6 Familiares • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: Desconoce • Misión, visión y objetivos: Si aplica • Planificación estratégica: Publicidad orgánica • Educación: Bachiller 	
Análisis	
Este emprendimiento es uno que nació a partir de la idea de un estudiante, y a partir de esto juntamente con amigos se ha logrado llevar a cabo, de ahí se ha mantenido durante años y se ha logrado una buena calidad y preparación del producto, pero carece de márketing estratégico y planificación a largo plazo por lo cual no se tiene claro aun lo que puede llegar a lograr este negocio	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-44: Ficha de observación 14

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	Mayara Llangari
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	Torres Fuerte
PRODUCTO	ARTESANÍAS
CELULAR	0998991928
DIRECCIÓN	Ciudadela Los Álamos en las calles Tobías Cárdenas “14 y Eduardo Kingman
FECHA DE OBSERVACIÓN	
Este emprendimiento está dedicado a producir y vender artesanías y manualidades de gran variedad y atractivos para los clientes	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Familiar • Tipo de actividad: Artesanal • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica No cuenta con un sistema contable Infraestructura propia Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 4 años • Número de empleados: 3 Familiares • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: Desconoce • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: Publicidad orgánica • Educación: Bachiller 	
Análisis	
Este emprendimiento de artesanías y manualidades ha venido creciendo de a poquito, mantiene un estado regular en el mercado, pero aún le falta capacidades y cualidades únicas para mejorar sus ventas, tiene un buen estado publicitario por redes sociales, pero necesita mayor control en gastos y costes incurridos	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-45: Ficha de observación 15

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	YOLANDA RODRIGUEZ
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	VINOS YOLY
PRODUCTO	VINO DE FRUTA
CELULAR	995298873
DIRECCIÓN	MANUEL RODRIGUEZ Y JOSE RODRIGUEZ Riobamba Ecuador
FECHA DE OBSERVACIÓN	
Este emprendimiento se dedica a la fabricación de vino artesanal, pero también, dentro del mismo negocio oferta habas, maní de sal y dulce y mermelada de frutilla, lo que le ha ayudado a consolidarse mejor en el mercado con calidad y variedad	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Familiar • Tipo de actividad: Artesanal • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica No cuenta con un sistema contable Infraestructura propia Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 2 años • Número de empleados: 3 Familiares • Zona donde está establecido el negocio: Rural • Ingresos mensuales: Desconoce • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: Desconoce • Educación: Bachiller 	
Análisis	
Este emprendimiento está constituido por una persona que tiene conocimientos administrativos y financieros, que le han permitido manejar de una manera eficiente sus recursos económicos y aprovechar los recursos naturales, pero la carencia planes estratégicos y la motivación para incurrir en riesgos hace que este producto se encuentre estancado y las ventas no sean las deseadas	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-46: Ficha de observación 16

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	Fanny Flores
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	“Comprensas terapéuticas”
PRODUCTO	PRODUCTOR
CELULAR	0969061647
DIRECCIÓN	Riobamba – Ecuador
FECHA DE OBSERVACIÓN	
Este emprendimiento tiene un producto innovador que nace de una idea natural para ayudar al público en general	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Personal • Tipo de actividad: Productor • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica No cuenta con un sistema contable Infraestructura en arriendo Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 2 años • Número de empleados: 3 • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: 800,00 • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: Publicidad orgánica • Educación: Superior 	
Análisis	
Este emprendimiento es uno que lleva muy poco tiempo en el mercado, pero a ha logrado posicionarse como un producto innovador dentro del mercado, sostiene buenas ideas de negocio, pero la falta de capacitación acerca de la administración del dinero no le permite saber la rentabilidad obtenida por su negocio	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-47: Ficha de observación 17

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	Alfonso Ruiz
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	“Productos RuizSeñor”
PRODUCTO	PRODUCTOR
CELULAR	098 424 5925
DIRECCIÓN	Cuba 22-47 y Primera Constituyente, Riobamba, Ecuador
FECHA DE OBSERVACIÓN	
Productos RUIZSEÑOR son encurtidos artesanal e higiénicamente elaborados con el toque y la original de su creador	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Personal • Tipo de actividad: Productor • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica Cuenta con un sistema contable Infraestructura en arriendo Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 3 años • Número de empleados: 3 • Zona donde está establecido el negocio: Urbana • Ingresos mensuales: 950,00 • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: Publicidad orgánica • Educación: Superior 	
Análisis	
Este emprendimiento es rentable, debido a la variedad de productos que oferta, ha logrado crecer en poco tiempo, no conoce las estrategias que lo han catapultado hasta este punto, se encuentra en un nivel medio de eficiencia y carece de planificación y liderazgo lo que ocasiona un nivel bajo de ventas, hoy por hoy ha logrado una cantidad considerable de clientes, pero puede alcanzar más si evalúa la situación actual	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA

NOMBRE DEL PROPIETARIO	Yolanda León
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	“Acme Arte en Madera Ecuador”
PRODUCTO	Artesano
CELULAR	0999076470
DIRECCIÓN	Ciudadela La primavera Riobamba -Ecuador
FECHA DE OBSERVACIÓN	

Se fabrica y comercializa una gran variedad de juguetes didácticos para mejorar las habilidades de los niños y mantenerlos entretenidos en el diario vivir.

CARACTERIZACIÓN

- **Tipo de emprendimiento:** Personal
- **Tipo de actividad:** Artesanal
- **Tipo de contribuyente:** No registrada
- **Estructura organizacional:**
Carece de estructura jerárquica
No cuenta con un sistema contable
Infraestructura propia
Cumple con los permisos legales
- **Permanencia en el mercado:** 2 años
- **Número de empleados:** 4 Familiares
- **Zona donde está establecido el negocio:** Urbana
- **Ingresos mensuales:** Desconoce
- **Misión, visión y objetivos:** No aplica
- **Planificación estratégica:** Desconoce
- **Educación:** Bachiller



Análisis

El producto es bastante innovador debido a que en la época actual todos los niños están obsesionados con la tecnología, esta puede ser una alternativa de entretener a los niños con un producto artesanal y novedoso, tiene buenas ideas de negocio, pero no las puede concretar debido a la falta de conocimientos y planificación estratégica que le dé un panorama claro de como introducir su producto en el mercado de manera competitiva.

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 4-48: Ficha de observación 18

FICHA DE OBSERVACIÓN A LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN RIOBAMBA	
NOMBRE DEL PROPIETARIO	Fito Bonilla
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	“Nutri Lunch Granola”
PRODUCTO	Artesano
CELULAR	098 322 5697
DIRECCIÓN	Riobamba, Ecuador
FECHA DE OBSERVACIÓN	
Granola de cereales orgánica, nutritiva y deliciosa, pensando en la salud del cliente y la buena alimentación para niños, jóvenes y adultos de manera natural	
CARACTERIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de emprendimiento: Familiar • Tipo de actividad: Productor • Tipo de contribuyente: Persona Natural no obligada a llevar contabilidad • Estructura organizacional: Carece de estructura jerárquica No cuenta con un sistema contable Infraestructura propia Cumple con los permisos legales • Permanencia en el mercado: 2 años • Número de empleados: 3 • Zona donde está establecido el negocio: Rural • Ingresos mensuales: 750,00 • Misión, visión y objetivos: No aplica • Planificación estratégica: Publicidad orgánica • Educación: Superior 	
Análisis	
Este es un negocio familiar, el cual nació a través de una idea y el apoyo de los demás, se ha logrado mantener algún tiempo en el mercado, pero sus ventas y rentabilidad no son las esperadas, de tal manera sigue creando nuevas ideas de negocio y publicidad para	

acrecentar su segmento de clientes y que puedan valorar la producción de su emprendimiento como un alimento nutritivo y muy necesario para cuidar la salud

Realizado por: Martínez, J., 2022.

4.2.1. Resultados de la caracterización

La información obtenida mediante las fichas de observación aplicadas a emprendedores nos permitió identificar las siguientes irregularidades y virtudes que presentan los emprendimientos en el cantón Riobamba.

Irregularidades	Virtudes
Inexperiencia en la gestión empresarial	Innovación, creatividad y soluciones creativas a problemas existentes.
Falta de capital y recursos financieros suficientes	Estructura menos jerárquica y más flexible a resolución de problemas internos
Deficiente planificación estratégica y plan de negocios sólido	Pasión por su negocio y por lo que hacen, lo que les permite superar obstáculos
La gestión ineficiente del tiempo para realizar tareas y actividades de manera efectiva	Capacidad de adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado y explorar nuevas oportunidades.
Falta de enfoque en el cliente y desconocimiento de las necesidades y deseos reales del cliente	Orientación al cliente de forma directa dispuestos a escuchar y responder a los comentarios de los clientes para mejorar sus productos o servicios.
Desconocimiento del estado económico y financiero actual de su negocio.	Libertad de tomar decisiones y definir la dirección de su negocio debido a la independencia y autonomía

Ilustración 4-30: Resultados de la caracterización de emprendimiento

Realizado por: Martínez, J., 2022.

De esta manera se revela la importancia de determinar factores característicos al momento de emprender para evitar irregularidades como inconsistencias a nivel empresarial, gestión ineficiente del tiempo para la realización de actividades importantes para el negocio, entre otras, y de esta manera se revela también las virtudes del emprendimiento dando como resultado un mayor enfoque en las inconsistencias sin descuidar las virtudes y capacidades

4.3. Discusión de resultados

Mediante la evidencia recopilada y datos analizados de forma cualitativa y cuantitativa en esta investigación, se comprueba que los emprendimientos tienen un gran aporte sobre el desarrollo local, quienes por medio del fortalecimiento de fuentes de empleo y la generación de ingresos se convierten en un motor que estimula el progreso económico y social de cantón Riobamba encontrando los siguientes aspectos:

- **Diversidad de actividades emprendedoras:** Los resultados muestran una variedad de sectores en los que se están generando oportunidades de negocios. La presencia destacada de servicios y comercio indica una demanda constante de la comunidad. Esto sugiere que hay un mercado activo y receptivo para emprendimientos en estos sectores. Por otro lado, la presencia de artesanos y productores destaca la importancia de la producción local y la creación de productos únicos, lo cual puede agregar valor y diferenciación a los emprendimientos.
- **Estrategias de adquisición y comercialización:** La adquisición de materia prima a través de mayoristas sugiere una estrategia de compra en volúmenes más grandes para obtener mejores precios. Esto puede indicar una búsqueda de eficiencia y reducción de costos por parte de los emprendedores.
- **Ingresos:** Los ingresos mensuales generados por los emprendimientos muestran una distribución variada, con un porcentaje considerable de emprendimientos que obtienen ingresos entre \$1,000 y \$5,000 USD. Esto indica una situación económica estable para una parte significativa de los emprendedores encuestados. Sin embargo, la falta de conocimiento exacto sobre los ingresos mensuales en un porcentaje considerable de emprendimientos puede ser un indicio de la necesidad de mejorar el seguimiento y control financiero en estos negocios.
- **Limitaciones y desafíos:** Las limitaciones y desafíos identificados, como las políticas gubernamentales, los trámites, la falta de información relevante y la necesidad de financiamiento, señalan áreas en las que se requiere una atención especial.

Es importante mencionar que los resultados muestran diversas áreas de mejora en los emprendimientos analizados. Se destaca la necesidad de definir claramente el modelo de negocio, identificar el mercado objetivo, desarrollar estrategias efectivas, formar alianzas

estratégicas y establecer la marca para solidificar y expandir su negocio. Estas mejoras podrían impulsar el crecimiento sostenible de los emprendimientos y aprovechar nuevas oportunidades en el mercado.

¿Cómo los emprendimientos aportan en el desarrollo local?

En el cantón Riobamba se ha evidenciado que las personas generan nuevos proyectos, ya sean brindando servicios profesionales, realizando actividades como comerciantes, en la producción de bienes o por la fabricación de artesanías y han optado por generar emprendimientos ya que muchos de los emprendedores tienen una formación académica profesional y, por la baja demanda de empleo han formado diferentes tipos de negocios propios en diversas áreas de conocimiento, con el objetivo de impulsar el desarrollo local generando fuentes de empleo para mejorar la calidad de vida de la población.

Tabla 4- 49: Generación de ingreso de emprendimientos comerciales del 2018-2022

EMPRESARIOS COMERCIALES			
AÑO	EMPLEO GENERADO	SALARIO VIGENTE	INGRESOS GENERADOS
2018	423	\$ 386,00	\$ 163.278,00
2019	431	\$ 394,00	\$ 169.814,00
2020	398	\$ 400,00	\$ 159.200,00
2021	427	\$ 400,00	\$ 170.800,00
2022	442	\$ 425,00	\$ 187.850,00
PROMEDIO	424	\$ 401,00	\$ 170.188,40
TOTAL	2121	\$ 2.005,00	\$ 850.942,00

Realizado por: Martínez, J., 2022.



Ilustración 4- 31: Nivel de ingresos generados por los emprendimientos comerciales

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Se identifica que los emprendimientos comerciales durante los años 2018-2022 han generado un promedio de 424 plazas de empleo, que contribuyen al fortalecimiento de la calidad de vida de personas, de la misma manera los ingresos generados por medio de salarios pagados a los empleados se mantienen en un promedio de \$401,00, cabe mencionar que la línea de tendencia es creciente, salvo el caso del año 2020 en el cual a causa de la pandemia muchos trabajadores fueron despedidos, pero la mayoría de estos negocios al ofertar productos de primera necesidad no se observa una variación representativa.

Tabla 4-50: Generación de ingreso de emprendimientos productivos del 2018-2022

EMPRESARIOS PRODUCTIVOS			
AÑO	EMPLEO GENERADO	SALARIO VIGENTE	INGRESOS GENERADOS
2018	147	\$ 386,00	\$ 56.742,00
2019	149	\$ 394,00	\$ 58.706,00
2020	98	\$ 400,00	\$ 39.200,00
2021	159	\$ 400,00	\$ 63.600,00
2022	161	\$ 425,00	\$ 68.425,00
PROMEDIO	143	\$ 401,00	\$ 57.334,60
TOTAL	714	\$ 2.005,00	\$ 286.673,00

Realizado por: Martínez, J., 2022.

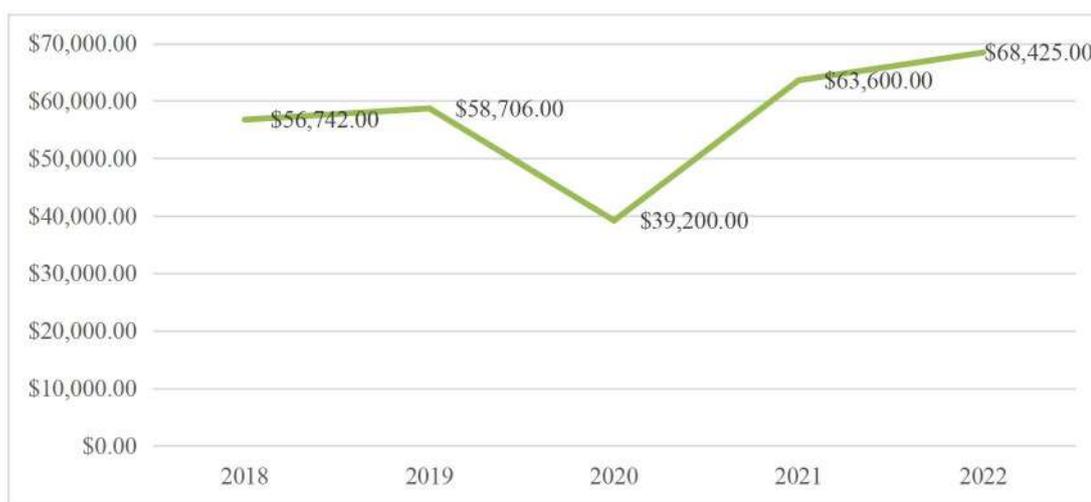


Ilustración 4-32: Nivel de ingresos generados por los emprendimientos productivos

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Conforme a los emprendimientos dedicados a la producción se identifica que entre los años 2018-2022 han generado valores que han variado muy significativamente debido a diversos

factores socioeconómicos que impactaron en el desarrollo normal de sus actividades podemos identificar que en el 2018-2019 los ingresos generados se mantienen entre \$37.056 y \$37.430, pero para el año 2020 hay un decaimiento muy visible que fue dado por la pandemia, en la cual el mayor inconveniente fue el transporte de productos a los mercados de comercialización, para el 2021 en la reactivación los productores tuvieron muchos mejores resultados en ingresos y para el 2022 hubo una pequeña variación en aumento de manera inestable por los movimientos indígenas producidos.

Tabla 4-51: Generación de ingreso de emprendimientos artesanales del 2018-2022

EMPRESARIOS ARTESANALES			
AÑO	EMPLEO GENERADO	SALARIO VIGENTE	INGRESOS GENERADOS
2018	96	\$ 386,00	\$ 37.056,00
2019	95	\$ 394,00	\$ 37.430,00
2020	42	\$ 400,00	\$ 16.800,00
2021	75	\$ 400,00	\$ 30.000,00
2022	97	\$ 425,00	\$ 41.225,00
PROMEDIO	81	\$ 401,00	\$ 32.502,20
TOTAL	405	\$ 2.005,00	\$ 162.511,00

Realizado por: Martínez, J., 2022.

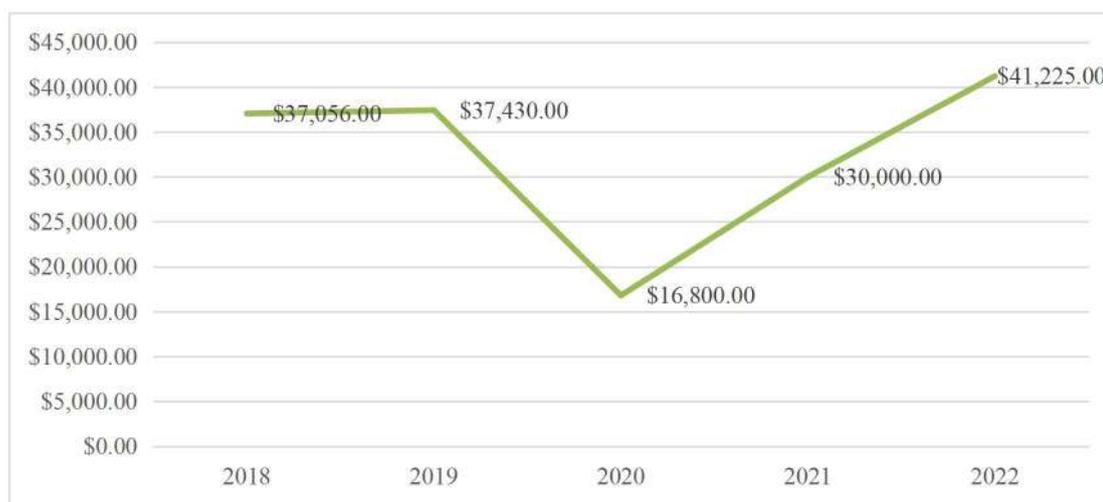


Ilustración 4-33: Nivel de ingresos generados por los emprendimientos artesanales

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Los emprendedores artesanales dependen mucho de las temporadas del año, para lo cual se procedió a contar con aquellos que tienen un promedio neto de trabajadores, en donde obtuvimos que para el año 2018 el nivel de ingresos pagados a sus trabajadores es \$37.056, con

una leve variación para el 2019, este segmento en el año 2020 cayó de manera impresionante, y muchos trabajadores tuvieron que terminar su labor, incluso siendo afectados los dueños de estos negocios, debido al confinamiento que no de todas las personas y cierre de los lugares estratégicos en donde se comercializan estos productos, nuevamente para el año 2021 volvieron a recuperarse y terminando el año 2022 con un aporte de \$41.225 de ingresos pagados.

Tabla 4-52: Generación de ingreso de emprendimientos de servicios del 2018-2022

EMPRESARIOS DE SERVICIOS			
AÑO	EMPLEO GENERADO	SALARIO VIGENTE	INGRESOS GENERADOS
2018	523	\$ 386,00	\$ 201.878,00
2019	527	\$ 394,00	\$ 207.638,00
2020	520	\$ 400,00	\$ 208.000,00
2021	534	\$ 400,00	\$ 213.600,00
2022	547	\$ 425,00	\$ 232.475,00
PROMEDIO	530	\$ 401,00	\$ 212.718,20
TOTAL	2651	\$ 2.005,00	\$ 1.063.591,00

Realizado por: Martínez, J., 2022.

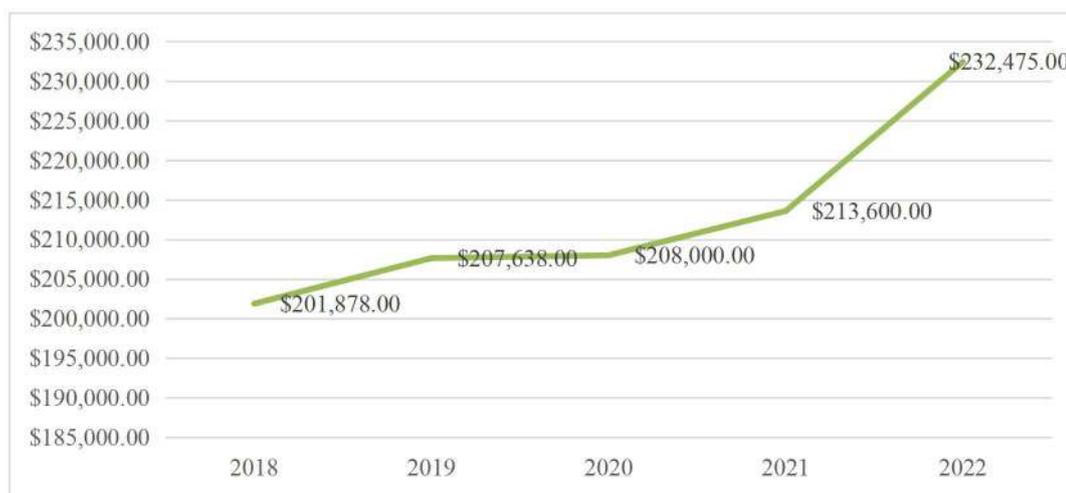


Ilustración 4-34: Nivel de ingresos generados por los emprendimientos de servicios

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Este segmento de emprendedores fue el menos afectado en el paso del año 2018-2022, siendo las empresas con el mayor número de trabajadores y de la misma manera los más aceptados para emprender hoy en día, brindan entre 500 a 550 plazas laborales, siendo el sector que pudo adaptarse a diversos cambios tecnológicos, físicos, económicos, de transporte, entre otros, por

tal motivo el nivel de salarios que se obtuvo bordea los \$232.475, generando desarrollo para la sociedad, reduciendo la pobreza y contribuyendo a la disminución de desigualdades económicas.

Tabla 4-53: Ingresos totales generados por emprendimientos y su porcentaje de participación

EMPREDIMIENTOS	N° EXISTENTES	INGRESOS GENERADOS 2018-2020	% PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
Comercial	51	\$850.942,00	36%
Producción	27	\$286.673,00	12%
Artesano	31	\$162.511,00	7%
Servicios	64	\$1.063.591,00	45%
TOTAL	173	\$ 2.363.717,00	100%

Realizado por: Martínez, J., 2022.

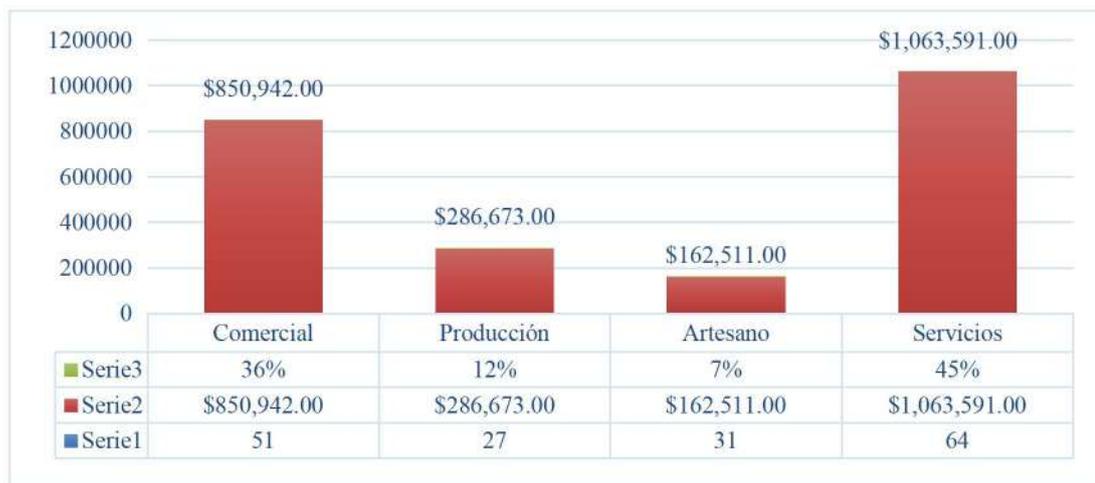


Ilustración 4-35: Nivel de ingresos totales generados por emprendimientos y su porcentaje de participación

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Se puede evidenciar que los emprendimientos con mayor porcentaje de participación en el cantón Riobamba son el segmento de servicios quienes contribuyen en un 45% en la generación de ingresos para sus trabajadores y colaboradores, de esta forma este segmento proporciona plazas de empleo y se presenta hoy por hoy el campo más efectivo para emprender; el segmento Comercial contribuye con el 36% de participación en la generación de empleos e ingresos; los productores tienen una participación del 12%, que en los últimos años ha disminuido a causa de diversos factores y por último el segmento de artesanos contribuye en un 7% a la generación de ingresos, debido a inconsistencias en la oferta y demanda y a otros aspectos que perjudican

notoriamente su desarrollo. Se presenta el nivel general de participación de ingresos en cada segmento en los siguientes gráficos:

Tabla 4-54: Nivel de ingresos de los emprendimientos 2018-2019

EMPRESARIOS				
AÑO	COMERCIO	PRODUCCIÓN	ARTESANAL	SERVICIOS
2018	\$163.278,00	\$56.742,00	\$37.056,00	\$201.878,00
2019	\$169.814,00	\$58.706,00	\$37.430,00	\$207.638,00
2020	\$159.200,00	\$39.200,00	\$16.800,00	\$208.000,00
2021	\$170.800,00	\$63.600,00	\$30.000,00	\$213.600,00
2022	\$187.850,00	\$68.425,00	\$41.225,00	\$232.475,00
PROMEDIO	\$170.188,40	\$57.334,60	\$32.502,20	\$212.718,20
TOTAL	\$850.942,00	\$286.673,00	\$162.511,00	\$1.063.591,00

Realizado por: Martínez, J., 2022.



Ilustración 4-36: Participación generada por los emprendimientos en el nivel de ingresos 2018-2022

Realizado por: Martínez, J., 2022.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. Diagnóstico situacional de los emprendimientos

Basado en los datos proporcionados en las encuestas a los emprendedores, se dio paso a la interpretación general de las particularidades que sostienen los encuestados y sus iniciativas de negocio, de la misma manera se tomó en cuenta los resultados de las fichas de observación para que de esta manera obtener los factores más importantes que inciden en el giro de los negocios del cantón y obtener las que influyen mayormente por medio del análisis PEST, obteniendo la situación actual de los emprendimientos. Para este análisis se establece diferentes factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que inciden en el funcionamiento de los emprendimientos del cantón.

Tabla 5-1: Factores que inciden en los emprendimientos para el análisis PEST

Factores Políticos	Factores Económicos
<ul style="list-style-type: none">• Inestabilidad política• Corrupción• Informalidad• Derechos humanos• Entidades regulatorias• Pago de impuestos• Requisitos municipales• Registro en entidades públicas• Subsidios	<ul style="list-style-type: none">• Tasas de interés en créditos• Financiación• Costos de materia prima• Tasa de inflación• Situación económica actual• Costo de mano de obra• Volumen de inversión del estado
Factor social	Factor tecnológico
<ul style="list-style-type: none">• Nivel de pobreza• Tasa de migración• Ferias de emprendimiento• Calidad de vida• Prácticas sostenibles y socialmente responsables de las empresas• Características demográficas de la ubicación• Cambios en los estilos de vida y las tendencias de consumo• Cultura de los emprendedores	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo y avance de la tecnología• Acceso a la tecnología• La automatización de procesos y tareas• Acceso a sistemas contables gratis• Redes sociales• Tiendas en línea• Internet• Desarrollo de soluciones informáticas

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Tabla 5-2: Matriz de análisis PEST

CRITERIO	SIM	DESCRIPCIÓN	IMPACTO	DURACIÓN	TOTAL	OPORTUNIDAD Marcar con una X	AMENAZA Marcar con una X
			Alto= 3 Puntos Medio= 2 puntos Bajo= 1 punto	>6 meses = 3 puntos >1 mes= 2 puntos <1 mes = 1 punto			
POLÍTICO	P1	Inestabilidad política	3	3	9		X
	P2	Corrupción	3	3	9		X
	P3	Informalidad	2	3	6		X
	P4	Derechos humanos	2	3	6	X	
	P5	Entidades regulatorias	3	3	9	X	
	P6	Pago de impuestos	2	3	6		X
	P7	Requisitos municipales	3	3	9		X
	P8	Registro en entidades públicas	3	3	9	X	
	P9	Subsidios	3	3	9		X
ECONÓMICO	E1	Tasas de interés en créditos	3	3	9		X
	E2	Financiación	2	2	4	X	
	E3	Costos de materia prima	3	3	9		X
	E4	Tasa de inflación	2	2	4		X
	E5	Situación económica actual	2	3	6		X
	E6	Costo de mano de obra	1	3	3	X	
	E7	Volumen de inversión del estado	3	3	9	X	
SOCIAL	S1	Nivel de pobreza	2	3	6		X

	S2	Tasa de migración	2	2	4		X
	S3	Ferías de emprendimiento	3	2	6	X	
	S4	Calidad de vida	2	3	6	X	
	S5	Prácticas sostenibles y socialmente responsables de las empresas	3	3	9	X	
	S6	Características demográficas de la ubicación	2	3	6		X
	S7	Cambios en los estilos de vida y las tendencias de consumo	1	2	2		X
	S8	Cultura de los emprendedores	1	3	3	X	
	TECNOLÓGICO	T1	Desarrollo y avance de la tecnología	3	2	6	
T2		Acceso a la tecnología	2	3	6	X	
T3		La automatización de procesos y tareas	2	3	6	X	
T4		Acceso a sistemas contables gratis	3	3	9	X	
T5		Redes sociales	2	3	6	X	
T6		Tiendas en línea	2	3	6	X	
T7		Internet	3	3	9	X	
T8		Desarrollo de soluciones informáticas	1	3	3	X	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

5.1.1. Resultados del análisis PEST

Al procesar la información, los resultados de mayor impacto en la matriz PEST nos generan lo siguiente:

Tabla 5-3: Resultados PEST

OPORTUNIDAD	AMENAZA
Mayor Impacto	
Entidades regulatorias	Inestabilidad política
Registro en entidades públicas	Corrupción
Volumen de inversión del estado	Requisitos municipales
Prácticas sostenibles y socialmente responsables de las empresas	Subsidios
Acceso a sistemas contables gratis	Tasas de interés en créditos
Internet	Costos de materia prima
Impacto moderado	
Derechos humanos	Informalidad
Financiación	Pago de impuestos
Ferías de emprendimiento	Tasa de inflación
Calidad de vida	Situación económica actual
Acceso a la tecnología	Tasa de migración
Redes Sociales	Características demográficas de la ubicación
La automatización de procesos y tareas	
Tiendas en línea	
Bajo impacto	
Costo de mano de obra	Costos de materia prima
Cultura de los emprendedores	Cambios en los estilos de vida y las tendencias de consumo
Desarrollo de soluciones informáticas	

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Oportunidades

1. **Entidades regulatorias:** Las entidades regulatorias ofrecen oportunidades para los emprendimientos al establecer marcos legales y normativos que promuevan un entorno favorable para los negocios y la innovación.
2. **Registro en entidades públicas:** El registro en entidades públicas permiten a los emprendimientos acceder a recursos, programas y beneficios que apoyen su desarrollo y crecimiento.
3. **Volumen de inversión del estado:** Un alto volumen de inversión por parte del estado significa oportunidades de financiamiento y apoyo para los emprendimientos en forma de subsidios, subvenciones u otros incentivos.
4. **Prácticas sostenibles y socialmente responsables de las empresas:** La adopción de prácticas sostenibles y socialmente responsables proporciona ventajas competitivas a los emprendimientos al alinearse con las demandas de los consumidores y generar una imagen positiva de la marca.
5. **Acceso a sistemas contables gratis:** El acceso a sistemas contables gratuitos ayuda a los emprendimientos a llevar un seguimiento financiero adecuado y facilitar la toma de decisiones.
6. **Internet:** El internet aporta a los emprendimientos a ofertar sus productos o servicios de manera online, dándoles mejor alcance y demanda.

Amenazas

1. **Inestabilidad política:** La inestabilidad política genera incertidumbre y afecta negativamente a los emprendimientos. Los cambios bruscos en las políticas gubernamentales y la falta de estabilidad pueden dificultar la planificación a largo plazo y la toma de decisiones estratégicas.
2. **Corrupción:** La corrupción representa una amenaza para los emprendimientos, ya que aumenta los costos y la incertidumbre, dificulta el cumplimiento de regulaciones y normativas, y distorsiona la competencia justa.
3. **Requisitos municipales:** Los requisitos municipales excesivos o complicados generan obstáculos burocráticos y costos adicionales para los emprendimientos, dificultando su establecimiento y operación.
4. **Tasas de interés en créditos:** Las altas tasas de interés en los créditos dificultan el acceso a financiamiento para los emprendimientos y aumentan su carga financiera.

5. **Costos de materia prima:** Si los precios de las materias primas aumentan significativamente, los emprendimientos pueden enfrentar mayores costos de producción, lo que afectaría su rentabilidad y competitividad en el mercado.
6. **Cambios en los estilos de vida y las tendencias de consumo:** Los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores pueden afectar en la demanda de los productos o servicios de los emprendimientos, lo que requiere una capacidad de adaptación constante.

Los hallazgos de este análisis PEST muestran que los emprendimientos del cantón Riobamba tienen oportunidades prometedoras, como el apoyo de las entidades regulatorias, el acceso a recursos y programas, el financiamiento estatal y las prácticas sostenibles. Sin embargo, también deben enfrentar amenazas como la inestabilidad política, corrupción, los requisitos municipales, las tasas de interés en créditos y los cambios en los estilos de vida y las tendencias de consumo. Es esencial que los emprendimientos estén preparados para aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas mediante una planificación estratégica y una gestión eficiente.

5.2. Importancia del estudio investigativo

Al abordar el análisis de resultados de las encuestas y fichas de observación realizadas a 173 y 20 emprendedores respectivamente, se ha logrado entender las características y competencias de los individuos que deciden emprender y de quienes no alcanzan sus objetivos. El perfil más recurrente de un emprendedor cuenta con una serie de rasgos de motivación y la capacidad de percepción de oportunidades, mismas que son de vital importancia a la hora de desarrollar una idea.

Por medio de la caracterización de estos emprendimientos se ha logrado verificar que en su gran mayoría los negocios carecen de planificación, y estrategias de marketing y ventas, una mínima parte cuenta con un sistema contable y los demás desconocen sus ingresos netos mensuales, de esta manera podemos concluir que a los emprendedores les falta una cultura administrativa o de negocios que nace de la necesidad capacitaciones y orientación.

Esto permitió tener un conocimiento claro de los aspectos en los que el emprendimiento destaca y en los que necesita mejorar, lo que facilita la toma de decisiones estratégicas y la implementación de acciones para maximizar el potencial de éxito.

5.2.1. Características de emprendimientos

Con las encuestas aplicadas y la información recopilada se ha logrado conocer los factores que intervienen en los emprendimientos a nivel externo, partiendo de esto, se detallará las características conforme al tipo de negocio que existe en el mercado, para lo cual se ha dividido el emprendimiento en cuatro áreas específicas de negocio que más sobresalen en el cantón, según su tipo de actividad:

- Productores
- Comercializadores
- Artesanos
- De servicios

Tabla 5-4: Caracterización según tipo de emprendimientos

Aspecto	Productores	Comercializadores	Artesanos	Servicios
Número de empleados	Entre 4 y 6 trabajadores	Depende del tamaño, generalmente entre 1 y 3 empleados	Trabajan con familiares y amigos cercanos	Depende del tamaño, generalmente entre 7 y 9 empleados, a veces más de 10
Salario de los empleados	A convenir	Salario fijo	Depende del nivel de producción y ventas	Salario fijo, depende de las horas trabajadas
Afiliación al IEES	No	Sí	No	Sí
Beneficios de ley	No perciben beneficios de ley	Reciben algunos beneficios de ley	No	Los beneficios dependen del empleador
Permanencia en el mercado	10 a 15 años	5 a 10 años	Más de 15 años	10 a 15 años
Edad de los propietarios	Principalmente entre 41 y 50 años	Principalmente entre 31 y 40 años	Principalmente entre 41 y 50 años	Principalmente entre 31 y 40 años
Formación académica	Mayormente nivel de bachillerato	Títulos universitarios	Primaria, secundaria y bachillerato	Títulos universitarios

Lugar de residencia	Urbano o rural dependiendo del acceso a materiales	Principalmente urbano	Principalmente rural	Urbano
Nivel de ingresos	No muy alta debido a los costos de producción	Bueno y mínimo riesgo	No muy alto debido a la baja demanda	Bueno, pero con riesgo
Estructura organizacional	Infraestructura definida, sin jerarquía definida	Infraestructura definida, jerarquía establecida	Infraestructura definida, sin jerarquía definida	Infraestructura definida, sin jerarquía definida
Sistema contable	No tienen sistema contable establecido	Tienen sistema contable	No tienen sistema contable establecido	Tienen sistema contable
Planificación estratégica	No tienen misión, visión ni objetivos claros	Tienen misión y visión, pero carecen de objetivos claros	No tienen misión, visión ni objetivos claros	Tienen misión, visión, pero carecen de objetivos claros
Actualización y capacitación	Empírica	Mantenerse en constante actualización	Cursos de formación y capacitación	Actualización de conocimiento

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Este cuadro comparativo resume las características distintivas de cada tipo de negocio en términos de empleados, permanencia en el mercado, edad y formación académica de los propietarios, lugar de residencia, ingresos, estructura organizacional, sistema contable y planificación estratégica. Lo que permite visualizar las diferencias y similitudes entre los emprendimientos del cantón Riobamba.

Por otra parte, se realiza un análisis detallado de los factores influyentes que se han denotado en los resultados del capítulo anterior, dividido en la accesibilidad y las limitantes que tienen un emprendedor

Tabla 5-5: Factores determinantes de emprendedores

Acceso	Limitantes
Acceso a capital inicial moderado (39% entre \$5001 y \$10,000 USD)	Dependencia de préstamos financieros (92% requiere préstamos)
Diversidad de fuentes de financiamiento (cooperativas, entidades bancarias, préstamos familiares, prestamistas informales)	Riesgo de perder el capital invertido por falta de conocimiento
Capacidad para obtener préstamos en instituciones del sector popular y solidario	Relativamente bajo porcentaje de emprendimientos con fondos propios (8%)
Ingresos mensuales variados, con un porcentaje considerable generando entre \$1,000 y \$5,000 (34%)	Falta de conocimiento exacto sobre los ingresos mensuales (27% desconoce el valor)
Posibilidad de obtener ingresos superiores al promedio (7% con ingresos mayores a \$20,000)	Necesidad de restar el capital de trabajo y otros gastos del promedio de ingresos
Contribución a la economía local mediante generación de empleo	Limitación en el crecimiento y expansión debido a los recursos financieros limitados

Realizado por: Martínez, J., 2022.

A partir de esta información se puede verificar la situación real de los emprendimientos del cantón Riobamba obteniendo las fortalezas y debilidades y comparándolo con estudios realizados por diferentes autores citados a continuación:

Según el estudio realizado por (Cardenas, 2020, p.1) las características más importantes de un emprendimiento estable y de éxito depende de lo siguiente:

1. Innovación
2. Adaptabilidad
3. Determinación
4. Paciencia
5. Escalabilidad

De la misma manera Samaniego, (2016) en su diagnóstico investigativo menciona que las mejores oportunidades para crear un emprendimiento se basan en:

- Existencia de espacios de desarrollo empresarial que potencian la innovación tecnológica
- Existencia de centros universitarios
- Demanda de los productos
- Desarrollo tecnológico

En base a estos parámetros se procede a comparar los diferentes segmentos de emprendimientos en el cantón Riobamba para conocer las fortalezas y debilidades que sostienen y determinar los aspectos a mejorar

Tabla 5-6: Fortalezas y debilidades de emprendimientos en el cantón Riobamba

Actividad	Productores	Comercializadores	Artesanos	Servicios
Fortalezas	Mayor capacidad de producción debido a una mayor cantidad de empleados Permanencia en el mercado y sostenibilidad Flexibilidad geográfica	Estructura organizacional definida y sistema contable establecido Nivel de ingresos más alto y menor dependencia de la materia prima	Tradición familiar y permanencia en el mercado Obtención de materia prima a bajo costo en zonas rurales	Estructura organizacional definida, sistema contable establecido y planificación estratégica Nivel de ingresos alto y oportunidades de expansión en el mercado
Debilidades	Carencia de estructura organizacional definida Limitación en los ingresos debido a altos costos de producción y dependencia de la oferta y demanda	Número limitado de empleados, lo que restringe el crecimiento Menor permanencia en el mercado en comparación con otros tipos de negocios	Carencia de estructura organizacional definida y sistema contable establecido Limitación en los ingresos debido a baja demanda y falta de sectores de comercialización	Número limitado de empleados dependiendo del tamaño del negocio Exposición a diferentes riesgos debido a la naturaleza de los servicios ofrecidos

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Cada segmento de emprendimiento muestra diferentes niveles de fortaleza y debilidad en relación con estos parámetros. Los productores y comerciantes muestran cierto grado de innovación y adaptabilidad, mientras que los artesanos se destacan por su tradición y determinación. Los servicios se benefician de su estructura organizativa definida y su planificación estratégica, lo que les permite ser escalables en el mercado. La paciencia es necesaria para enfrentar los desafíos y el tiempo de maduración en diferentes aspectos de los emprendimientos.

También se procedió a realizar una interpretación de los emprendimientos de la localidad y conocer las virtudes y defectos de los emprendimientos.

Tabla 5-7: Virtudes y defectos de emprendimientos en el Cantón Riobamba

Actividad	Virtudes	Defectos
Servicios	Generación de ingresos estables	Competencia en el sector
	Constante demanda de servicios	Dependencia de la demanda externa
	Flexibilidad para adaptarse a diferentes necesidades	Posible estacionalidad en ciertos servicios
Comercio	Diversidad de productos y oportunidades de negocio	Competencia alta en el mercado
	Generación de empleo	Dependencia de la demanda y tendencias del mercado
	Posibilidad de expansión y crecimiento	Fluctuaciones en la demanda y la economía
Producción	Control sobre la cadena de producción	Necesidad de inversión en maquinaria y equipos
	Generación de productos únicos y de calidad	Dependencia de la demanda y la distribución de los productos
	Potencial para satisfacer necesidades locales	Riesgo de cambios en la demanda y las preferencias de los consumidores
Artesanía	Valoración de la artesanía y productos hechos a mano	Dependencia de la demanda estacional
	Creación de productos únicos y personalizados	Limitaciones en la producción masiva y escalabilidad
	Potencial para promover la cultura y el turismo local	Riesgo de competencia de productos similares y de bajo costo

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Con respecto a esta tabla se determina que los emprendimientos de servicios se benefician de su constante demanda y flexibilidad para adaptarse a diferentes necesidades, lo que requiere innovación y adaptabilidad. El comercio muestra virtudes en diversidad de productos y oportunidades de negocio, pero también enfrenta una alta competencia y fluctuaciones en la demanda y la economía. La producción destaca por su control sobre la cadena de producción y la generación de productos únicos y de calidad, pero también enfrenta riesgos en la demanda y la distribución. La artesanía se valora por la creación de productos únicos y personalizados, pero enfrenta limitaciones en la producción masiva y escalabilidad, así como la competencia de productos similares y de bajo costo.

En concordancia a las características, virtudes, defectos y posibles factores de riesgo existentes en el cantón Riobamba con respecto a los emprendimientos se direcciona las posibilidades que mantienen dentro del mercado para desarrollarse conforme los parámetros citados anteriormente con los que pueden obtener mejores beneficios.

Tabla 5-8: Estrategias de mejora

Parámetros	Innovación	Adaptabilidad	Determinación	Paciencia	Escalabilidad
Servicios	Innovación en la oferta de servicios	Adaptación a las necesidades de los clientes	Determinación para brindar servicios de calidad y competir en el mercado	Requieren paciencia para construir relaciones a largo plazo	Oportunidad de expandir su negocio mediante la apertura de nuevas sucursales
Comercio	Innovación en estrategias de marketing	Adaptación a tendencias y cambios en el mercado	Determinación para competir en el mercado	Requieren paciencia para construir relaciones a largo plazo	Oportunidad de expandir su negocio mediante la apertura de nuevas sucursales
Producción	Posible innovación en procesos y tecnología	Adaptabilidad en los procesos de producción y transporte	Determinación para generar productos de calidad	Requieren paciencia debido a la inversión y tiempo de producción	Potencial para escalabilidad en la producción y distribución
Artesanía	Innovación en diseño de su producción	Adaptación a las demandas cambiantes	Determinación para crear productos únicos y personalizados	Requieren paciencia debido a la inversión y tiempo de producción a las limitaciones en producción masiva	Limitada escalabilidad por aspectos económicos cambiantes y de riesgo, pues tiene oportunidades en diversos ámbitos culturales

Realizado por: Martínez, J., 2022.

Y para finalizar, se establecen tips a tomarse en cuenta para iniciar un proyecto o para mejorar los emprendimientos ya establecidos, para desarrollar conocimientos y habilidades empresariales y específicas que garanticen la viabilidad, sostenibilidad y el éxito del emprendimiento.

Tabla 5-9: Tips para iniciar un emprendimiento sostenible

TIPS PARA EMPRENDER DE MANERA SOSTENIBLE	
Objetivo	Desarrollar conocimientos y habilidades empresariales y específicas para garantizar la viabilidad, sostenibilidad y el éxito del emprendimiento.
Tomar en cuenta	<ul style="list-style-type: none">• Analizar las características de los negocios y encontrar áreas en las que puedas emprender de manera sostenible• Estudiar la demanda del mercado, la competencia y los factores clave que pueden influir en el éxito del emprendimiento.• Definir roles y responsabilidades, y establecer un sistema contable sólido para el seguimiento financiero.• Evaluar el nivel de formación académica y buscar oportunidades de capacitación y formación relacionadas con el negocio que se va a crear o se mantiene en marcha.• Desarrollar una misión, visión y objetivos claros para el emprendimiento.• Establecer metas a corto y largo plazo y elaborar un plan de acción para lograrlos.• Evaluar los resultados, recopilar comentarios de los clientes y realizar ajustes cuando sea necesario. La adaptabilidad y la mejora continua son clave para mantener la sostenibilidad y el éxito a largo plazo.

Realizado por: Martínez, J., 2022.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Al terminar el estudio investigativo y realizando su respectivo análisis en base a la información adquirida y los resultados obtenidos, pongo en consideración mis conclusiones:

- Los emprendimientos en el cantón Riobamba presentan una diversidad de actividades económicas, incluyendo productores, comerciantes, artesanos y servicios. Cada segmento tiene sus propias fortalezas y debilidades en términos de estructura organizativa, nivel de ingresos y adaptabilidad al mercado, cabe recalcar la mayor parte de emprendedores están dedicados a las actividades de servicios que se destaca por generar mayores ingresos y empleo en el cantón, siendo considerado el campo más efectivo para emprender. Su flexibilidad y capacidad para adaptarse a diferentes cambios y necesidades del mercado
- Existen varias oportunidades, como el apoyo de las entidades regulatorias, la adopción de prácticas sostenibles y socialmente responsables, así como el acceso a sistemas contables gratuitos y el uso de internet que brindan a los emprendimientos la posibilidad de crecer, innovar y adaptarse a las demandas del mercado. Sin embargo, también existen amenazas significativas que deben ser abordadas como los requisitos municipales complejos, las altas tasas de interés en créditos y los cambios en los estilos de vida. Estas amenazas pueden obstaculizar el crecimiento y la viabilidad de los emprendimientos si no se gestionan adecuadamente.
- Se destaca la importancia de la innovación, la adaptabilidad, la determinación, la paciencia y la escalabilidad como características deseables para los emprendimientos en el cantón Riobamba. Estas características les permiten enfrentar los desafíos del mercado, mantenerse competitivos y aprovechar las oportunidades de crecimiento, pero conforme a los datos analizados los emprendedores carecen de estos factores y cualidades, teniendo deficiencias de conocimientos con bases administrativas, financieras, marketing y ventas, muchos de ellos emprenden y administran sus negocios de manera empírica, no cuentan con un sistema contable y en varios casos ni siquiera conocen el estado económico y financiero actual de su emprendimiento lo que provoca que estos negocios se estancuen por muchos años sin obtener resultados.

6.2. Recomendaciones

- Dado el potencial y la relevancia de las actividades de servicios y comercialización se recomienda impulsar el desarrollo de programas de capacitación y asesoramiento específicos para emprendedores en estos sectores. Estos programas podrían abordar temas como la gestión empresarial, estrategias de marketing, atención al cliente, habilidades de negociación y adaptabilidad a los cambios del mercado.
- Es importante que los emprendedores y las autoridades gubernamentales trabajen en conjunto para fortalecer y apoyar el desarrollo de los diferentes segmentos de emprendimiento en el cantón. Esto puede incluir la implementación de políticas y trámites favorables, el acceso a información relevante, la disponibilidad de financiamiento y la promoción de la cultura emprendedora.
- Es fundamental promover la orientación y el desarrollo de habilidades empresariales en los emprendedores del cantón Riobamba e implementar programas de formación y asesoramiento empresarial que brinden a los emprendedores las herramientas y conocimientos necesarios para gestionar eficientemente sus negocios partiendo del reconocimiento de mercado y características de su entorno que fortalecerá la base empresarial en el cantón Riobamba y se impulsará el crecimiento y el éxito de los emprendimientos locales.

BIBLIOGRAFÍA

Borja, C. (12 de 05 de 2021). *¿Como es el emprendimiento en el Ecuador?* Obtenido de Des Alineados: <https://desalineados.com/2021/05/como-es-el-emprendimiento-en-el-ecuador/1724/#:~:text=El%20Ecuador%20se%20ha%20caracterizado,los%20m%C3%A1s%20emprendedores%20del%20mundo.>

Cáceres, J. (2021). *Determinantes del éxito en los emprendimientos*. Obtenido de DSpace UNACH:

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7712/1/8.%20TESIS%20FINAL%20JESSICA%20CACERES-%20ECO.pdf>

Mullo, Á. (2022). *Los emprendimientos como alternativa de desarrollo local en el cantón guamate, provincia de chimborazo*. Obtenido de Proyecto de Investigación de posgrado: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8862/1/7.-%C3%81ngel%20Oswaldo%20Mullo%20Parco%20%282022%29%20Los%20emprendimiento>

[s%20como%20alternativa%20de%20desarrollo%20local%20en%20el%20cant%C3%B3n%20Guamate%2C%20provincia%20de%20Chimborazo%20%28Tesis%20d](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8862/1/7.-%C3%81ngel%20Oswaldo%20Mullo%20Parco%20%282022%29%20Los%20emprendimiento)

Gutama, M., & Jiménez, P. (2019). *“El emprendimiento y su evolución como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: una revisión de literatura”*. Obtenido de Trabajo de titulación:

<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/31772/1/EL%20EMPREDIMIENTO%20Y%20SU%20EVOLUCI%C3%93N%20COMO%20UNA%20ALTERNATIVA%20LABORA.pdf>

Toapanta, L., & Vallejo, T. (2019). *“Diseño de una metodología para la implementación de emprendimientos sostenibles, desde la federación de barrios de riobamba”*. Obtenido de Proyecto de investigación:

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13548/1/12T01328.pdf>

Cancino, C., Coronado, F., & Farias, A. (2012). *Antecedentes y resultados de emprendimientos dinámicos en Chile: cinco casos de éxito*. Chile: INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales.

CIDEU. (2020). *Riobamba*. Obtenido de CIDEU: <https://www.cideu.org/miembro/riobamba/>

Otero, A. (S.f.). *Enfoques de la investigación*. Obtenido de Research Gate: [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_Enfoques_de_investigacion/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/Enfoques-de-investigacion.pdf)

[Ortega/publication/326905435_Enfoques_de_investigacion/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/Enfoques-de-investigacion.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_Enfoques_de_investigacion/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/Enfoques-de-investigacion.pdf)

Ramos, C. (2020). *Los alcances de una investigación*. Quito: Los alcances de una investigación.

Mata, L. (02 de Julio de 2019). *Profundidad o alcance de los estudios cuantitativos*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/profundidad-o-alcance-de-los-estudios-cuantitativos/#:~:text=Los%20estudios%20descriptivos%20buscan%20especificar,se%20somet a%20a%20un%20an%C3%A1lisis>.

Abreu, J. (2014). *El Método de la Investigación*. Mexico.

Escamilla, M. (s.f.). *Aplicación básica de los métodos de investigación*. Obtenido de Sistema de Universidad Virtual: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

Ordoñez, J. (27 de Octubre de 2018). *Investigacion de campo*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/p/k0fx3-yintqo/investigacion-de-campo/>

Espinoza, E. (s.f.). *Métodos y Técnicas de recolección de la información*.

Díaz, L. (2011). *La observación*.

Vargas Ramírez, P., Zúñiga González, M., & Mullo Tene, M. (2020). *Emprendimiento y su relación con el desarrollo económico y local en el Ecuador*. Guayaquil: Polo del conocimiento.

Avila, E. (2021). *La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento*. Obtenido de Revista Investigación y Negocios: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372021000100032

Secretaría de educación pública. (2020). *Instrumentos para la evaluación del aprendizaje: Escalas*. Obtenido de Huella digital Bachilleres: <https://huelladigital.cbachilleres.edu.mx/secciones/docs/seguimiento/Instrumentos-evaluacion.pdf>

Eliot, J. (2017). *El emprendimiento en Ecuador, visión y perspectivas*. Obtenido de ECOTEC: <https://ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/emprendimiento-ecuador.pdf>

GEM. (2019). *Ranking de países con mayor índice de emprendimiento*. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor.

El Comercio. (09 de 11 de 2019). *La provincia de Chimborazo es la zona más pobre de la Sierra*. Obtenido de EL COMERCIO: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/chimborazo-zona-pobreza-sierra-agricultura.html>

Alcaráz, R. (2011). *El emprendedor del éxito*. Mexico: Mc Graw hill.

Wales, W. J. (2016). *A review and synthesis of promising research directions*. Obtenido de International Small Business Journal.

Vivero, L., & Sánchez, B. I. (2018). *La Investigación Documental: Características y Algunas Herramientas*. Obtenido de Unidades de Apoyo para el Aprendizaje. CUAED/Facultad de Arquitectura-UNAM:

http://132.248.48.64/repositorio/moodle/pluginfile.php/1516/mod_resource/content/3/contenido/index.html

Rivero, M. (22 de Marzo de 2022). *¿Sabes qué es una ficha bibliográfica? ¡Sácate 10 aprendiendo a hacer una!* Obtenido de Crehana: <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-ficha-bibliografica/>

Prefectura de Chimborazo. (2019). *La Provincia*. Obtenido de <http://chimborazo.gob.ec/>: http://chimborazo.gob.ec/principal/?page_id=424#:~:text=Tambi%C3%A9n%20es%20conocida%20como%20%E2%80%9Cla,particular%20belleza%20por%20sus%20formas.

Villamar, M. (2020). Factores que inciden en el fracaso de emprendimientos . *Artículo Académico* . Guayaquil, Ecuador.

Salas Salazar, M., Inca Falconí, A., Velasco, G., & Andrade Romero, M. (2019). Ciencia Digital. *Gestión de emprendimientos y evolución de las pymes en el proceso productivo de Riobamba* , 3 (ISSN: 2602-8085) , 31-47.

Samaniego, F. (Julio de 2016). Revista: Caribeña de Ciencias Sociales. *Diagnóstico de los emprendimientos: caso Cantón Riobamba-Ecuador* .

Cardenas, F. (2020). *Qué es un emprendimiento, características y ejemplos exitosos*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/guia-emprendimiento#:~:text=Un%20emprendimiento%20debe%20tener%20la,en%20el%20que%20se%20encuentre.>

Villanova, N. (2020). *La pobreza en Argentina*. Buenos Aires: Ediciones R y R.



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES

ENCUESTA APLICADA A EMPRENDEDORES EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA

Indicaciones: Señor/a encuestado/a. responda las preguntas con absoluta sinceridad para determinar soluciones que ayudaran a mejorar su emprendimiento en un futuro.

Objetivo: Identificar las características determinantes de los emprendimientos de la ciudad de Riobamba

A. DATOS GENERALES DEL EMPRENDEDOR

- | | |
|---|--|
| a) Genero | d) Estado civil |
| <input type="radio"/> Masculino | <input type="radio"/> Soltero/a |
| <input type="radio"/> Femenino | <input type="radio"/> Casado/a |
| <input type="radio"/> Otros | <input type="radio"/> En unión libre |
| b) Edad | <input type="radio"/> Divorciado/a |
| <input type="radio"/> 18 a 25 años | <input type="radio"/> Viudo/a |
| <input type="radio"/> 26 a 30 años | e) Formación académica |
| <input type="radio"/> 31 a 40 años | <input type="radio"/> Ninguna |
| <input type="radio"/> 41 a 50 años | <input type="radio"/> Educación Primaria |
| <input type="radio"/> 51 a 60 años | <input type="radio"/> Educación Secundaria |
| <input type="radio"/> Más de 60 años | <input type="radio"/> Educación Superior |
| c) Tipo de contribuyente | f) Zona en la que reside |
| <input type="radio"/> Natural | <input type="radio"/> Zona Rural |
| <input type="radio"/> Jurídica | <input type="radio"/> Zona Urbana |
| <input type="radio"/> No está registrado como contribuyente | |

B. DATOS GENERALES DEL EMPRENDIMIENTO

- | | |
|---|---|
| 1. ¿Cuál es la razón que lo motivó a emprender? | 3. ¿Su capital de inversión es? |
| <input type="radio"/> Necesidad | <input type="radio"/> Propio |
| <input type="radio"/> Oportunidad | <input type="radio"/> Financiamiento |
| <input type="radio"/> Iniciativa de algún familiar, amigos o terceros | <input type="radio"/> a) Préstamo familiar |
| <input type="radio"/> Otros (especifique su respuesta) | <input type="radio"/> b) Préstamo bancario |
| | <input type="radio"/> c) Préstamo en cooperativa |
| | <input type="radio"/> d) Prestamistas informales |
| | TASA DE INTERES |
| 2. ¿Cuál fue su capital inicial para emprender? | 4. ¿Qué tiempo de permanencia tiene su emprendimiento en el mercado? |
| <input type="radio"/> 100 a 1000 dólares | <input type="radio"/> Menos de 1 año |
| <input type="radio"/> 1000 a 2000 dólares | <input type="radio"/> 1 a 5 años |
| <input type="radio"/> 2001 a 5000 dólares | <input type="radio"/> 5 a 10 años |
| <input type="radio"/> 5001 a 10000 dólares | <input type="radio"/> 10 a 15 años |
| <input type="radio"/> Mas de 10000 dólares | <input type="radio"/> Más de 15 años |

5. ¿Qué tipo de productos comercializa usted?

- Productos de primera necesidad
- Productos agrícolas
- Textiles
- Medicina
- Productos gastronómicos
- Bebidas artesanales
- Artesanías / Manualidades
- Otros,.....

6. Los proveedores de la materia prima para su empresa son:

- Fabricantes / Productores
- Minoristas
- Mayoristas
- Distribuidores
- Importadores / Exportadores
- Otros,.....

7. ¿En qué lugares comercializa sus productos?

- Tiendas en línea
- Local Propio
- Mercados Municipales
- Ferias de emprendimiento
- Negocio ambulante
- Otros,.....

8. ¿Cuál es el porcentaje de ventas diarias, conforme a su producción?

- 10% al 25%
- 26% al 50%
- 51% al 75%
- 76% al 100%

9. ¿Cuál es la mayor limitación para generar su emprendimiento?

- Trámites / Requisitos
- Financiamiento
- Apoyo gubernamental
- Políticas públicas
- Falta de información

10. ¿Cuántos empleados trabajan en su negocio?

- 1 a 3 empleados
- 4 a 6 empleados
- 7 a 9 empleados
- 10 a 15 empleados
- Más de 15

Familiares	Particulares

11. Acerca de sus empleados, elija las siguientes opciones:

- Están afiliados al IESS
- Reciben los beneficios de ley
- Reciben un pago por horas extras
- Trabajan por comisiones
- Perciben el Salario Básico mensual

12. De las siguientes opciones, marque cuales están adaptadas en su empresa

- Permisos de funcionamiento
- Registro en el SRI (RIMPE)
- Sistemas contables
- Estructura organizacional
- Misión
- Visión
- Objetivos
- Desconozco este tema

13. ¿Qué tipo de ayuda ha recibido por parte de la autoridad competente del cantón Riobamba?

- Financiamiento
- Capacitaciones
- Facilidad de comercio
- Agilización en los trámites
- Ninguna
- Otros,.....

14. Califique del 1 al 5 (siendo 1 el nivel más bajo y 5 el nivel más alto), la importancia del emprendimiento en el desarrollo local.

- 1 2 3 4 5

ANEXO B: FICHAS DE OBSERVACIÓN APLICADAS A LOS EMPRENDIMIENTOS

5= Muy bueno 4= Bueno 3= Regular 2= Aceptable 1= Deficiente

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO					
NOMBRE DEL PROPIETARIO					
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO					
PRODUCTO					
CELULAR					
DIRECCIÓN					
FECHA DE OBSERVACIÓN					
CARACTERÍSTICAS	CALIFICACIÓN				
	1	2	3	4	5
Creatividad e innovación					
Buenas ideas de negocio					
Originalidad del producto					
Variedad					
Marketing					
Enfoque					
Confianza en él mismo y sus capacidades					
Actitud					
Aptitud					
Seguridad al hablar					
Expresión					
Gestos					
Perseverancia					
Decisiones					
Voluntad					
Principios					
Determinación					
Mejora continua					
Capacidad para manejar problemas					
Calmado					
Paciente					
Concentrado					
Preciso					
Positivo					
Calidad y eficiencia					

Calidad de productos							
Servicio al cliente							
Precios							
Conocimiento							
Agilidad							
Puntualidad y Compromiso							
Apertura del negocio							
Cierre del negocio							
Días hábiles de atención							
Horas de atención							
Horario laboral							
Planificación							
Misión y Visión							
Objetivos							
Sistema contable							
Estructura empresarial							
Metas a largo plazo							
Trabajo en equipo							
Aceptación del riesgo							
Motivación							

ANEXO C: DATA BASE MIERCOLES EMPRENDEDOR

NOMBRE	PROVINCIA	CANTÓN	PRODUCTO QUE COMERCIALIZA	DESCRIPCIÓN	DIRECCIÓN	CELULAR	NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO
BENJAMIN QUITO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	LICOR ARTESANAL	Eduardo Kingman y Teofilo Zaens	0993569641	JAGUAR
DAVID GUAMBO	CHIMBORAZO	GUANO	PRODUCTORA	CERVEZA ARTESANAL	SANTA TERESITA - GUANO	0983836547	SERRANA CERVEZA ARTESANAL
EDITH GUANGA	CHIMBORAZO	PENIPE	PRODUCTOR	SEMILLAS DE SAMBO	PENIPE SAN ANTONIO	992810565	"HANA EDITH"
CRISTIAN PEREZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CERVEZA ARTESANAL	Riobamba - La Paz	0978982459	"LA PRIMICIA"
MAYRA CELI	CHIMBORAZO	YARUQUIES	PRODUCTOR	"LA REINA MIEL"	Yaruquíes	994602940	"LA REINA MIEL"
CATALINA CARGUA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ARTE EN MADERA	RIOBAMBA	098 718 2424	"Arte Caty"
VERONICA ROJAS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ARTESANIAS Y MANUALIDADES	Eugenio Espejo 27-24 y Junin, Riobamba, Ecuador	099 665 5717	"HAWIK"
JAIME VALDIVIESO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	GORRAS	Parque infantil calle primeras olimpiadas y av. Daniel León Norja Riobamba- Ecuador	987483392	"THE JOCKEY"
DANNY ESPARZA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	MANUALIDADES	Juan Larrea y Colombia, Riobamba, Ecuador	990972582	"Misifus Artesanias"
Byron Sánchez	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTORES	MANUALIDADES EN PIEDRA	Av. Daniel León Borja . Riobamba - Ecuador	999712209	Waminka
Gabriela Torres	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	LICOR ARTESANAL	Brasil y Primera Constituyente Riobamba - Ecuador	995059929	"PEGASSO"
Yolanda Leon	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	DISFRACES	En la ciudadela Los Shtyris - Riobamba Ecuador	988067960	Armev
IVAN ARIAS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MANUALIDADES EN TAGUA	Ciudadela 24 de Mayo calles Guayas y Araucanos	989827807	"Taller de artistico las Palmas"
ROSARIO SALAS	CHIMBORAZO	PENIPE	PRODUCTOR	VINOS	PENIPE, LA MATRIZ	993651347	VINOS DE MORA "PUSUCA"
Mayara Ulagari	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANIAS	MANUALIDADES	Ciudadela Los Álamos en las calles Tobias Cárdenas "14 y Eduardo Kingman	998991928	Torres Fuerte
YOLANDA RODRIGUEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	VINO DE FRUTA	MANUEL RODRIGUEZ Y JOSE RODRIGUEZ Riobamba Ecuador	995298873	VINOS YOLY
Fanny Flores	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	COMPRESAS TERAPEUTICAS	Riobamba - Ecuador	969061647	"Compresas terapéuticas"
Alfonso Ruiz	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	VINOS	Cuba 22-47 y Primera Constituyente, Riobamba, Ecuador	098 424 5925	"Productos RuizSeñor"
Yolanda León	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	FIGURAS INFANTILES	Ciudadela La primavera Riobamba -Ecuador	999076470	"Acme Arte en Madera Ecuador"
Pito Bonilla	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	GRÁNOLA	Riobamba, Ecuador	098 322 5697	"Nutri Lunch Granola"

ANEXO D: EMPRENDIMIENTOS REGISTRADOS EN EL GAD DE CHIMBORAZO

**Dirección General de Fomento Productivo
CGEEC
FERIA EMPRENDE CHIMBORAZO HACIA EL CAMBIO
BASE DE DATOS DE EMPRENDEDORES DE CHIMBORAZO**

N.-	Nombre de la Asociación / Productor / Artesano / Empleado	Provincia	Cantón	Productos que Comercializa	DESCRIPCION	TELEFONO
1	ANA MARÍA GUACHO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	NATURISTA	0988069841
3	MARIA QUISAY	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HORTALIZAS	0999130204
5	YENNY YEROVI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	POLLO	0995030679
6	WHASINTON AISALLA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	TRUCHAS	0962678685
8	VIVIANA POZO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	VELAS	0992867779
10	VERONCA SUCUY	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ROPA	0985932970
12	VALERIA GUAMAN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	JOYAS	0998285664
13	UNIQUE- ROCIO FONSECA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	COSMETICOS	0983044285
14	TATIANA POZO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	BISUTERIA	0999966656
15	TATIANA MARIELA OJEDA SANCHEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	ENDULZANTE	0983802484
17	SUSANA AGUALSACA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEXTIL	0991647994
18	CLARA GUALLANCAÑAY	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HORTALIZAS	0962572118
19	SOFIA ZAMBRANO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	MULLOS Y COLLARES	0999043804
20	SISA MUENDA JAIME	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEJIDOS DE LANA	
21	SANTIAIGO CAIZA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	LACTEOS	0987966268
22	SALAS SALGADO JUDITH XIMENA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANA	ECCESORIAS EN MADERA	0998360601
23	ROSA TIERRA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	FRUTA	0969184521
24	ROSA ELENA MORAN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	GALLETAS DE QUINOA	0995747895
25	SOCORRO GUALOTO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HORTALIZAS	0989324940
26	ROSA CAYAMBE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	VERDURAS Y HORTALIZAS	099783892
27	RIVERA PAUL	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	EMPAÑADAS	0988250485
28	RENE PILATA XI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MIEL DE ABEJA	0997333595
29	MANUELA CUJI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HORTALIZAS	0999588060
30	MARIA CAJO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HORTALIZAS	0998960591
31	QUALITY CHIMBORAZO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	PRE UNIVERSITARIO	0984034896
32	PRIETO SALAS JOSÉ FELIPE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CERVEZA ARTESANAL R	0998497864
33	PAULINA ACURIO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ROSAS DECORADAS	0987880058
34	PAUL SOLIS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	FRUTOS DESIDRATADOS	0983034373
35	PATRICIA DELGADO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ESTAMPADOS	0962699079
36	NORMA AISALLA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HORTALIZAS	0948292929
37	PAOLA MONTOYA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	FRUTOS SECOS	0995808045
38	PAOLA MARITZA PAGUAY GUSQUE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	PAPA-HABA-TOSTADO	0981790536
39	NORMA RIVERA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CHOCHO	0981132796
40	NORMA ARMJOS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	BOCADITOS	0979709220
41	NOEMI MONTESDEOCA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	Café AMARANTO	099859149
42	NELLY SUCUY	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CAMISETAS	0995459452
43	NATALY CORONEL	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	QUESO	0992808112
44	NANCY PROAÑO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	PIJAMAS- LENCERIA	0998230821
46	MIRIAN OCAÑA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	POLLO	
47	MERWIN RUIZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	P NATURALES(SALSA S)	0984245925
48	MERCEDES CAIZA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEJIDOS	0979283814
50	MAYRA BERMEO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ROPA - NIÑO	0998591249
51	MARIETA ESPINOZA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	GALLETAS Y BOMBONES DE QUINOA	0988487755
53	KARINA YUNGAN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HORTALIZAS	0958702589
56	MARIA ELENA CHOGILLO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	FRUTAS	0959209058
57	MARIA CACHUPUD	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HARINAS	0993328507
58	MARCELA UVIDIA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	ESPECIAS	0995568681
60	MALIZA CHCOCO ALEX PATRICIO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	GORRAS Y GUANTES DE LANA	
61	MABEL FONSECA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MIEL	0993708756
63	LUIS TAPIA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MIEL DE ABEJA	0997281030
64	LUIS EDUARDO LEMA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TRABAJOS EN FELPA	0984128499
65	LUIS BALCAZAR	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	BISUTERIA	0959718712
69	LISETH CALLE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	VELAS	0995580948
70	LAURA OCAÑA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	PAN	0981424695
71	LAURA BUÑAY	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	BISUTERIA	0997698926
72	LADY TOLEDO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	LALYBOOM-JABONES	0961604462
73	KIABETH BONILLA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ALTERNATIVAS SOSTENIBLES	0963286758
74	KEVIN YAMBAY	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	FRUTAS	0987558293
75	KAREN OLEAS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CARTERAS	0998169558
76	JANETH BALSECA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CALZADO- PASOFINO	0967364039
77	JAIME AISALLA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	TRUCHA	0962678685
78	ISAURA QUISHPE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HARINAS	0996209811
81	HUGO ROBERTO FIALLOS VALLE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	LECHE DE TIGRE	0958833295
82	HUGO GUEVARA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CALZADO	0969474091
83	HOLGER GUANA NGA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CHOMPAS	0984908689
84	HILDA MARÍA QUINTANA PINTAG	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	QUESO	0980129820
85	HAYDA AZUCENA DÍAZ CASTILLO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ACCESORIOS DE CABELLO	0992692067
87	GRACIELA ESTRADA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CHOMPAS	0999254627
88	GIUSEPPE CASTILLO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	PROTESIS EN 3D	0963851968
90	GEOVANNA DUCHI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	BISUTERIA	0998138238
91	GABRIELA QUIÑONEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	COCTEL DE MASAPAN	0959957148
92	GABRIELA CULQUI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MOJICONES DULCE SABOR	0992546327
93	FERNANDA IGUASNIA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	JUGUETES DIDACTICOS	0999076470
94	FANNY FLORES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	COMPRESAS	0969061647

98	ESTEFY GRANIZO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MIEL	088853245
99	ERICK MARCELO MORALES ARIAS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ADORNOS PARA EL HOGAR	0963906471
100	ELSA TENEMASA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	SABANAS- LENCERIA DE	0979938743
101	ELSA OROZCO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CERAMICA	0862944400
102	ELIAS PINTA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HELADOS	0981550022
103	EDWIN SILVA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	INFUSIONES(TE)	0979263032
104	EDISON VACA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TE DE MA TE	0992601730
106	EDISON DA QUILEMA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEXTIL	0969504810
107	EDISON BAUTISTA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MERMELADA	0979321289
108	SILVIA TORRES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HONGOS- OSTRAS	0991188611
109	EDGAR GUEVARA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	QUESO	0998564665
110	DAVÑA (LA JARA)	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	LECHE DE CABRA	0998625402
111	DAVID YAULEMA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MIEL DE ABEJA	0992709282
112	DARIO MOYOLEMA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	BISUTERIA	0998355951
113	DAQULEMA CAPITO MARIA PASTOR	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	SHIGRAS_ ROPA	
114	CRISTIAN ESPARZA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	YOGURT	0999973954
115	CORDOVA MYRIAM	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	BISUTERIA	0992535858
116	CONEJO CORDOVA JOSE JAIME	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEXTIL CULTURAL	
117	CELIA CORONEL	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	VINO DE MORA	0968443563
118	CATHERINE GUERRA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	LACTEOS	0982155719
119	CATALINA CARGUA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	DECORACIONES FOMIX	0997981361
121	CARMEN ROBALINO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	YOGURT	0994606059
122	CARMEN ROBALINO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	YOGURTH	0992674953
123	CARMEN MERCHAN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CURCUMA	0981879634
124	CACHIGUANGO ARIAS JOSE RAFAEL	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	FAJAS S_ PUCERAS_ COLLARES	
126	BRIGITTE COSTALES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	ENSALADA DE FRUTAS	0995815427
128	BLANCA ORTEGA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ROPA DE NIÑAS	0987653632
130	BETTY ORELLANA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	LIMPIEZA	099464751
131	BENITO ROBALINO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	BISUTERIA	0994232987
132	BALCAZAR STEFANNY	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	BOCADITOS	0963869967
133	ASHQUI JANETA MARIA ROSA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	SHIGRAS Y FAJAS	
134	ANITA MONTUFAR	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	PAPAS- CHIFLES	0989292099
135	ANDRES FONSECA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	BOLOS GURMET	0992572020
136	ANA PAREDES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEJIDOS	0987577281
137	AMAGUAÑA RAMOS LUIS MARIO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	SACOS DE LANA DE ALPACA	
138	AMAGUAÑA RAMOS LUIS GALO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	GUANTES, FAJAS, MEDIAS	
139	AMAGUAÑA RAMOS LINO EDISON	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	PONCHOS Y SACOS DE LANA	
140	ALEXANDRA PRIETO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	BISUTERIA	0992361124
142	GONZALO MELENA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANIA	ROPA INFANTIL	996915538
143	CESAR AREAS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	FIDEOS ARTESANAL	986701466
145	ALEJANDRA FRAGA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTORA	CHOCOLATES	0962071706
148	FAUSTO MELENA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ROPA INFANTIL	0996915538
149	ANDRES SANCHEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	LICOR ARTESANAL	0962699542
151	JUAN PLAZA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CUYES	0985458677
153	GABRIELA CULQUI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MOJICONES-BISCOCHOS	09925
154	MARINA CEPEDA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HELADOS- PIÑA HAWAY	0988847706
155	JORGE CEPEDA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HELADOS DE PAILA	0987043432
157	VERONICA SOTO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MARISCOS	0939015313
158	CRISTIA MOYA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	DUENDES	0961632445
159	JORGE BARZOLA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	VENDEDOR	CELULARES	0961919047
160	ROLANDO CALDERON	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	FRUTOS SECOS	0984472073
161	GABRIELA PACHECO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEXTIL	0998237366
162	OLGA ROMERO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	PRODUCTOS CARNAVAL	0983531516
163	GEOCONDA SANTILLAN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANA	LIMPIEZA CORPORAL	0992645351
164	FERNANDO OLEAS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	TOMATE CHERRY	0999479287
165	OSCAR ESCOBAR	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANOS	CIENTIFICOS PRODUCTIV	0987069785
170	MARIES A TUPAÑA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HORTALIZAS	0987769439
172	ELIZABETH TIERRA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	FRUTA LIOFILIZADAS	0992558967
173	JESSICA MORALES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	FRUIT KOCTEL	0983169989
174	CARLOS MORALES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CARNE DE RES	0987698323
175	ANA LUCÍA PORRAS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	TRATAMIENTOS FACIALES	0980629404
176	ANGEL SANTILLAN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANIA	MOVILIARIO	0984656590
178	ROSA SANTILLAN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANA	TEXTIL	0990576546
179	DANIELA MORENO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTORA	PRODUCTOS DE CUIDAD	0998384259
182	MARÍA VELASTEGUI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	PAVO	0980112162
183	EULALIA SILVA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANA	TEXTIL	0999736694
184	JUAN TAPIA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	LICOR ARTESANAL	0987167395
186	ELSA CUJANO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	DULCES	0961540117
187	DIEGO MOREANO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	CAR SECURITY	0984404711
188	TEODORO ANDRADE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HORTALIZAS	0300969318
189	SILVIA PAGUAY	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANA	TEXTIL	0990943013
195	KATTY GARCIA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CUEROS DE SOYA	0998681124
196	BETTY GARCIA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	MANICURE	0987410064
197	BETTY DAMIAN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HELADOS	0987410064
198	JUAN CAPITO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	PAN	0961142015
234	MERCEDES FARES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ADORNOS EN PERLA	999025841
235	MARITZA CHILIAGANA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CADENAS DE PIEDRA	960804640
236	FRANCISCO CHILIAGANA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	AJEDREZ EN MADERA	960804640
237	JESSICA GARCIA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	POSTRES	998675563
238	GEOVANNY PAUCAR	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	LICRAS	990139764
239	ALICIA ATI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	BUFANDAS	999886653
240	MARÍA GUARANGA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CHOCHO	987365760
242	HENRY GEVARA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	MOLDES DE PLASTISOL	960555732
243	FERNANDO SILVA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	LACTEOS	988759346
244	HUGO GUEVARA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CALZADO	969474091
246	LUIS LAYEDRA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	GAM (ARTE EN CUERO	983090314
247	CARLOS LEON	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ARTICULOS PERSONALIZ	984784620
248	BLANCA OROZCO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEXTIL	988491416
249	CARLOS LEÓN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEXTIL	984784620
250	ANDRÉS PORCEL	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HELADO	984104607
251	MONSERRATH MOYANO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	PUBLICIDAD	998686220
252	VERÓNICA MOYANO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEXTIL	989744113

253	FANNY ZARATE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	PRODUCTOS DE LIMPIEZ	984043839
254	LORENA GONZALES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	POSTRES	32317438
255	MIRIAM QUISHPE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	COMIDA RÁPIDA	995186195
256	MARÍA VRLASTEGUI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CUY FAENADO	980112162
257	VERONICA ARIAS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	COMIDA RÁPIDA	984451999
258	JUAN FIALLOS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CANELAZO	984834100
259	JOSELYN LEON	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	JOYERIA	987752320
260	GABRIELA CASTILLO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	PRODUCTOS PARA MASO	999268822
261	ALVARO DURAN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CERVEZA ARTESANAL	995785688
263	DOMENICA ACURIO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTORA	REPOSTERIA	995379597
264	ALICIA CISNEROS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTORA	HORTALIZAS	969310076
265	DENNY S GUSÑA Y	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	SALUD Y BELLEZA	978768807
266	BELEN ALARCON	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTORA	WAFLES	979301622
267	JUAN OVIEDO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANIAS	MUEBLES PARA NIÑO	986847735
268	ROSA MURILLO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANA	ALMOHADAS	999744393
270	VICTOR INCA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	SERVICIOS DE LIMPIEZA	987818518
271	LORENA ENRIQUEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANA	ARETES TEJIDOS	987798217
272	JOSELYN AUCANCELA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CERVEZA ARTESANAL	983515014
274	CEVALLOS LADY	CHIMBORAZO	RIOBAMBAQ	PRODUCTOR	LECHE DE SOYA	
275	ANGEL OROZCO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ACCESORIOS EN CUERO	939526227
277	NELSON BASANTES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	EQUIPOS INDUSTRIALES	997025799
279	LILIA NIAMA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HELADOS MANTECADOS	997929615
280	MARÍA ANDRADE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	LICORERA PRIMICIAS	992597550
281	CAYETANA BENÍTEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	PINTURA EN MADERA	992665649
282	LUIS LAYEDRA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ARTESANIA EN CUERO	983090314
283	NANCY MACHADO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	PERSONAJES DE PASE DE	998353345
284	KAROLINA CORONEL	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CUADROS ENMARCADOS	967893842
285	MARTHA TELLO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	COLLARES	982497723
286	LISBETH CASTELO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	POSTRES	988575440
287	EDISON GARCIA	TUNGURAHUA	RIOBAMBA	PRODUCTOR	TÉ DE JICAMA	981844654
288	XIMENA GUZMAN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	EMPANADAS DE VERDE	985226728
289	BYRON NOVILLO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CREPES	999757797
290	BETY DAMIÁN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	HELADOS	32962980
291	LETY PARRALES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	GORRAS DE LANA	987569857
292	NANCY PROAÑO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	PIJAMAS- LENCERIA	998230821
295	CARMITA LEMA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	ENERGIZANTES	991692644
296	MARÍA CACHIGUANGO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEXTIL	968748098
297	RAFAEL CACHIGUANGO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	PULCERAS	981866344
298	RODRIGO RUIZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CUADROS DECORATIVOS	978751365
299	SONIA CACHIGUANGO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	LICRAS	998024104
300	ELSA RIOFRIO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	BISUTERIA	963280091
301	DOLORES CHAVEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANA	ALMOHADAS	978880364
302	MARTHA LEMA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MERMELADAS	978880364
303	ELIAS PINTAG	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	FRUTAS TROPICALES	9815550022
304	FANNY SACANCELA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANA	CUADROS PINTADOS	985681654
305	JAIME HIDALGO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	COCTEL DE FRUTAS	984711846
306	VALERIA MEJÍA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	MOÑOS	963865988
307	BREWING CO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CERVEZA	995785688
308	CARMEN MERCHANT	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CURCÚMA	981879634
312	JORGE LONDO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	SISTEMAS DE SEGURIDA	967808659
314	CARMITA FLORES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	POLLO ASADO- PINCHOS	982352838
315	GENOVEVA CRUZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	OBLEAS CON MANJAR D	999009250
316	FRANCISCO VIZUETE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	SOMBREROS DE TELA	980764185
317	EDISON VA CA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	BISUTERIA	992601730
318	MANUEL ABARCA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	QUESOS	979909590
320	DANIELA ESPARZA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEJIDOS A MANO	990972582
321	NANCY CHAVEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	MINIATURAS EN MADER	995184786
322	MARLENE QUINTANA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	SOMBREROS VA QUEROS	999757797
323	IVAN ARIAS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TRENES	989827887
324	FERNANDO GUILCAPI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	COMPUTADORAS	979178657
325	EL RINCON DE MARY	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	AGUAS, GASEOSAS	984739850
326	JOSELY LEÓN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	BISUTERIA EN MADERA	987752320
327	JONATHAN SAMANIEGO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	PERSONAJES DE PASE DE	984696015
328	ROSAS ETERNAS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ROSAS ETERNAS	987880176
330	ERIKA PAREDES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	PIZZA	992930434
331	JAIME VALDIVIEZO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	GORRAS DFERROVIARIA	987483392
332	JOSELYN AUCANSHALA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CERVEZA ARTESANAL S	983515014
333	BYRON SANCHEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ARTESANIA ECOLOGICA	999712209
336	GRACIELA ESTRADA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CHALECOS	999254627
339	MARÍA CHUQUIMARCA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEJIDOS VARIEDAD	985178005
341	ELSA CUJANO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	CONFITERIA	999056858
343	SELIA CORONEL	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	VINO- EMBUTIDO	9684443563
344	RENE PILATAXI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MIEL DE ABEJA	997333595
346	CARMEN BURI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	PRODUCTOS VIVOS	999689210
347	YESSENIA DÍAZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	JUGOS	980241013
348	PATRICIA NAVAS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	CONFITERIA	967437461
349	ANA OVIEDO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANOS	MUEBLES DE NIÑO	986847735
350	JUAN CARLOS CANO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIO	MOROCHARITO	962559398
351	AZUCENA JARRIN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ARTESANIAS EN MADER	983144695
352	MERCEDES CARGUACHI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ROPA DEPORTIVA DE HC	987194221
353	WENDI ALARCON	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	WAFLES	979301622
355	FRANCISCO VALLEJO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CANELAZO	999947507
356	MANUEL MORAN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	LIBROS INFANTILES	995133936
357	JUAN VALDIVIEZO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CUADRO DE DIABLOS DE	996529716
358	YOLANDA LEON	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	PERSONAJES DE PASE DE	988067960
359	OSWALDO RODRIGUEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CAFÉ TOSTADO	988075911
360	DAYSI SAMANIEGO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	COMIDA RÁPIDA	984230915
361	EVELYN FONSECA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MIEL DE ABEJA	993708756
362	MANUELA POMA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CALZADO	999337576
365	NORMA RIVERA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CHOCHO	981132796
366	JOSÉ LOPEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	JALEA DE BOROJO	983239374
367	JUAN BASTIDAS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ROPA DEPORTIVA	983465053

368	NANCY ALVARADO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIO	CALDO DE MANGERA- SE	992502424
369	ANGELICA ZAMBRANO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	SOLONES CON CAFÉ	994611910
370	GONZALO MELENA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ROP DE NIÑO	996915538
372	SILVIA PAGUAY	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CHOMPAS	990943013
373	PAULINA ZARATE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	DETERGENTE LIQUIDO	984043839
374	NANCY PAGUAY	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CHALECOS	990195530
375	SYLVIA REVELO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	COMIDA RÁPIDA	982933449
376	MIRIAM REVELO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANA	ALMOHADAS	967597096
377	JORGE BARZOLA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIO	VENTA DE CELULARES	961919047
378	LENIN PALACIOS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CHOCOLATES	985460681
379	CALOS PAZMIÑO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	GALLETAS DE PAPA CHI	996681079
381	MONICA RODRIGUEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIO	ASADOS ESTABLO	992810565
382	HUGO FIALLOS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	LECHE DE TIGRE	992702222
383	ALEX ZUÑIGA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIO	SOFTWARE CONTABLE- I	999167563
384	FANNY FLORES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	COMPRESAS TERAPEUTI	969061647
385	GABRIELA PACHECHO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CHOMPAS ROMPE VIENT	998237366
386	ANA VASCONEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEXTIL	
387	MONICA MORALES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	LACTEOS	978890279
388	PEDRO CARO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	TURRON DE MACHICA	995807702
389	MARÍA SANTILLAN	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	TAKIS	992930434
390	DANILO GAIBOR	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANIA	BUSES A ESCALA	984557216
391	MAURICIO HIDALGO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	MERMELADO	964160939
392	LUZ PINEDA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANIA	YARINA Y TUPAC - ARTI	968154244
393	ALEXANDRA NUÑEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANA	TEXTIL	984564049
394	ANA CURILLO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTORA	JABONES	983836547
395	MARIBEL MOSCOSO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTORAS	VELAS DE PARAFINA	995406945
397	GABRIELA MANOBANDA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTORA	PLANTAS	987195072
399	MARÍA MALDONADO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESASANO	BISUTERIA	979025422
401	EMILY MEJIA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANA	CARTAS PINTADAS	963617938
402	JOSUE GALORA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIOS	SERVICIOS DE COCINA	998050505
403	EMILY CLA VIJO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	PRODUCTOS DE HOGAR	992761548
404	MARICELA VILLALOBO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	POSTRES	987845238
405	LUIS TENE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	OVEROL	987152955
406	MARTHA HIERRO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIO	VENTA POR CATALOGO	995655374
407	CARMEN ANDRADE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEXTIL	980301657
408	MARLENE ORTIZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	POSTRES	998111857
410	MARÍA ISABEL SAMANIEGO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	VELAS ARTESANALES - N	995573114
411	ANGELICA CASTILLO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ALMOHADAS	995870896
412	SANDRA PALACIOS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ESCULTURAS EN RECINA	962045163
413	LADY LÓPEZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	MONEDEROS-JOYAS-BUZ	989325322
414	RUTH ARO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	TEJIDOS	992898683
415	MONICA PALACIOS	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	MANUALIDADES	979375478
416	GLADYS CABAY	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	COSMETICOS NATURALE	998332815
417	SEBASTIAN MUÑOZ	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIO	ALIMENTACIÓN - SANDU	968449787
418	POLETT PONCE	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	BISUTERIA	962771688
419	KARINA SANUNGA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ROP DE NIÑOS	
420	KATTY SALGUERO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIO	COMIDA RÁPIDA	958928453
421	MARTHA TOBAR	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	MANUALIDADES	984542929
423	PAÚL VALENCIA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	CHOMPAS POLO	98472520
424	MARÍA PAREDES	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIO	POSTRES SALUDABLES	984371849
425	JOHANNA MORENO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIO	HOT CAKES	998923625
426	EDGAR LARA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	PRODUCTOR	CAFÉ DE CEREALES	960461556
427	ISAIAS CHINLLI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	ROPA DEPORTIVA	998785927
428	FREDDY MEDINA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	SERVICIO	COMIDA COSTEÑA	984510260
430	MARIA ALEXANDRA SANCHEZ RUI	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	MANUALIDADES	960850641
431	ALICIA VERONICA ALBAN QUINZO	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	ARTESANO	MUÑECOS TRADICIONAL	995105642

ANEXO E: VISITA EN LAS FERIAS DE EMPRENDIMIENTOS













epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 22 / 06 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: JHONNY ENRIQUE MARTINEZ PAGALO
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADO EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



01251-DBRA-UPT-2023