



**SEDE MANABÍ**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**FACTORES QUE DIFICULTAN LA SOSTENIBILIDAD DE LOS  
EMPRESARIOS DEL SECTOR DE PICANTERÍA EN LA CIUDAD DE CHONE.**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**ADMINISTRACION EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA  
COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE Y LOCAL**

**SUBLINEA**

**ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS**

**PREVIO AL TÍTULO DE**

**INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA:**

**MUÑOZ ANDRADE MARÍA JOSÉ**

**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**MGS. OSCAR IVÀN CERÒN TATAC**

**CHONE MARZO 2020**

Mgtr. Oscar Iván Cerón Tatác

**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**CERTIFICA**

En mi calidad de tutor del trabajo de integración curricular, certifico haber revisado el presente manuscrito de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, cumpliendo la Normativa del Trabajo de Integración Curricular, en consecuencia, es apto para su presentación y sustentación.

---

Mgtr. Oscar Iván Cerón Tatác

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

C.I. 1313496539

## **APROBACIÓN TRIBUNAL**

El jurado examinador, aprueba el presente manuscrito en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí.

---

Mgtr.

C.I.

PRIMER LECTOR

---

Mgtr.

C.I.

SEGUNDO LECTOR

---

Mgtr.

C.I

TERCER LECTOR

## DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Este manuscrito no contiene ningún tipo de material que ha sido aceptado para la obtención de un título universitario en otra institución, excepto en forma de información de soporte que ha sido debidamente citada en mi trabajo. Este trabajo es de total responsabilidad del autor, quien declara bajo juramento que ninguna sección de este trabajo de integración curricular infringe los derechos de autor de nadie.

Chone, Marzo del 2020

(f): \_\_\_\_\_

**María José Muñoz Andrade**

C.I. 1313496539

Chone-Santa Rita

mariajose\_majitoo@hotmail.com

+593958777538

## **DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a distribuir este manuscrito de investigación en medios físicos y electrónicos con el fin de promover la divulgación de mis resultados a la comunidad científica y a la sociedad en general. Adicionalmente autorizo el uso de los contenidos de esta investigación como bibliografía para fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, citando como fuente de información al autor de este trabajo.

---

**María José Muñoz Andrade**

C.I. 1313496539

## DEDICATORIA

Mi tesis se la dedico a mi familia en especial a mis padres Richard y Mireya pilar fundamental en mi formación como profesional por brindarme su amor sus consejos y los recursos para lograrlo, ustedes son mi orgullo, a mis hermanos Richard y Walter, quienes siempre con una sonrisa y chistes alegraban mis días de cansancio gracias por ver en mi un ejemplo a seguir los quiero mucho, a mis abuelitos Alba y Lucho que orando mucho por mí, mantuvieron esa confianza en ver cristalizados cada uno de mis sueños y este es uno de ellos, Gracias esta meta es por ustedes y para ustedes. Los amo.

*María José Muñoz Andrade*

## AGRADECIMIENTO

Al iniciar esta carrera profesional, me propuse un objetivo, el mismo que no ha sido fácil, pero los sueños, el amor, la dedicación y la responsabilidad lo han hecho realidad es por esto que:

Agradezco a Dios por su amor, por siempre ser mi luz, por llenarme de sabiduría.

A mi familia, gracias a ellos por apoyarme en mi formación profesional, los cuales estuvieron siempre disfrutando de mis aciertos, ustedes son y serán pilares fundamentales y fuentes de inspiración en mi vida.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, y al personal docente, por su fructífera formación académica brindada, en estos años de estudios.

A mi tutor Ing. Oscar Cerón Tatác, por haber contribuido en mí el espíritu investigativo e innovador, para que este proyecto investigativo logre el objetivo propuesto.

A mis amigos y compañeros por siempre demostrar esa amistad sincera y sobre todo humildad en el aula de clase, unión en cada reto que nos proponíamos, sin duda fue un gran equipo el que logramos hacer, éxitos en su vida profesional los quiero mucho.

A los propietarios de los emprendimientos investigados, quienes colaboraron con información necesaria e importante para llevar a cabo la investigación.

*María José Muñoz Andrade*

## RESUMEN

El sector de Picanterías en el Cantón Chone, es sinónimo de fortaleza económica, al generar fuentes de ingresos no solo para el emprendedor, sino que también generador de fuentes de empleo en la localidad. Esta investigación tuvo como objetivo analizar los factores que dificultan la sostenibilidad de los emprendimientos del sector de Picantería en el cantón Chone y para esto, se efectuó una conceptualización de los aportes teóricos de autores representativos que escribieron sobre sostenibilidad y las líneas de impacto que responde este término como lo es lo social, lo económico y lo ambiental. La metodología de la investigación, corresponde al tipo descriptivo en el cual se utilizó los métodos estadísticos y bibliográficos, diseñando un modelo de encuesta aplicada a los 23 gerentes de Picanterías en la ciudad de Chone, permitiendo la determinación de los factores que dificultan la sostenibilidad, para posteriormente analizarlos y obtener una información real de como estos emprendimientos están respondiendo al término sostenibilidad. Se concluye que los gerentes hacen caso omiso a las líneas de impacto que el término sostenibilidad responde, porque ubican el negocio por necesidad sin tener una planificación previa, porque no cuentan con capital necesario para innovar, o para implementar estrategias de cuidado medio ambiental, y por qué tienen obligaciones con entidades financieras que cumplir, esto hace que unan todos sus esfuerzos en pagar la deuda y no generar ningún valor agregado en su emprendimiento para ser más competitivos, corriendo el riesgo de tener un declive en los primeros años de funcionamiento .

Palabras claves: Sostenibilidad, emprendimiento, emprendedor, factores, innovación.

## ABSTRACT

The Picanteria sector in Canton Chone is synonymous with economic strength, generating sources of income not only for the entrepreneur, but also generating sources of employment in the town. This research aimed to analyze the factors that hinder the sustainability of the undertakings of the Picanteria sector in the Chone canton and for this, a conceptualization of the theoretical contributions of representative authors who wrote about sustainability and the lines of impact that this a term such as the social, the economic and the environmental. The research methodology corresponds to the descriptive type in which the statistical and bibliographic methods were used, designing a survey model applied to the 23 managers of Picanterías in the city of Chone, allowing the determination of the factors that hinder sustainability, to later analyze them and obtain real information on how these ventures are responding to the term sustainability. It is concluded that managers ignore the impact lines that the term sustainability responds, because they locate the business out of necessity without having prior planning, because they do not have the necessary capital to innovate, or to implement environmental care strategies, and Because they have obligations with financial entities to fulfill, this makes them join all their efforts to pay the debt and not generate any added value in their undertaking to be more competitive, running the risk of having a decline in the first years of operation.

Key words: Sustainability, entrepreneurship, entrepreneur, factors, innovation

## TABLA DE CONTENIDOS

PORTADA.....	I
Certificación del Tutor .....	II
APROBACIÓN TRIBUNAL .....	III
DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD .....	IV
DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	V
DEDICATORIA .....	VI
AGRADECIMIENTO .....	VII
RESUMEN .....	VIII
ABSTRACT.....	IX
1. INTRODUCCIÓN .....	1
<b>1.1. El Emprendimiento sostenible y los factores que lo dificultan en el Ecuador .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Conceptualización de las variables del tema de investigación .....</b>	<b>2</b>
2. OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS.....	4
<b>2.1. Objetivo general .....</b>	<b>4</b>
<b>2.2. Objetivos específicos .....</b>	<b>4</b>
3. MATERIALES Y MÉTODOS.....	5
<b>3.1. Tipo de investigación.....</b>	<b>5</b>
<b>3.2. Población .....</b>	<b>6</b>
4. RESULTADOS .....	6
<b>4.1. Conceptualización de los aportes teóricos .....</b>	<b>6</b>
<b>4.2. Determinación de los factores que dificultan la sostenibilidad de los emprendimientos ....</b>	<b>12</b>
<b>4.3. Análisis de los factores determinados que dificultan la sostenibilidad de los emprendimientos del sector de Picantería .....</b>	<b>35</b>
5. DISCUSIÓN.....	38
6. CONCLUSIÓN .....	40
7. BIBLIOGRAFIA .....	42
8. ANEXOS .....	46

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Aportes de Autores Representativos sobre sostenibilidad.....	6
Tabla 2: Factores de Sostenibilidad analizados en la encuesta.....	12

## ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1: Motivación para la creación del Negocio.....	13
Gráfico 2: Factores de diferenciación frente a la competencia .....	15
Gráfico 3: Alianzas estratégicas con otras organizaciones/negocios.....	17
Gráfico 4: Grado de influencia de los clientes en las tomas de decisiones .....	19
Gráfico 5: Grado de Importancia de la innovación en su negocio .....	21
Gráfico 6: Factores que dificultan la toma de decisiones en el proceso de innovación.....	23
Gráfico 7: Fuente de Financiamiento Inicial.....	25
Gráfico 8: Monto de la Inversión Inicial .....	27
Gráfico 9: Estrategias de cuidado medio ambiental implementadas .....	29
Gráfico 10: Grado de Importancias de los medios de comunicación en la difusión .....	31
Gráfico 11: Medios de comunicación implementados en la difusión del negocio .....	33
Gráfico 12: Formato de Encuesta aplicada a los Gerentes de los emprendimientos .....	46
Gráfico 13: Infraestructura de la picantería “Encebollados y ceviche de la plazoleta” .....	47
Gráfico 14: Realización de la encuesta al gerente de la picantería “Mi Encebollado La Polla” .....	47
Gráfico 15: Realización de la encuesta a la gerente de la Picantería “El Cangrejal”.....	47
Gráfico 16: Parte interna (Cocina) del local “Encebollados de la 7 de Agosto .....	47

# **FACTORES QUE DIFICULTAN LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR DE PICANTERÍA EN LA CIUDAD DE CHONE**

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. El Emprendimiento sostenible y los factores que lo dificultan en el Ecuador**

El presente trabajo de investigación toma como referencia lo que menciona Parra (2013) acerca del emprendimiento sostenible, y lo explica como un motor de ideas y negocios transformadores del entorno para generar impactos positivos en términos de desarrollo social, económico y ambiental. El emprendimiento sostenible, aparte de ser una alternativa de generación de ingresos y aumento de la base de empleo en la sociedad, puede permitir afrontar retos ambientales.

Acotando a lo antes descrito, Zwilling (2013) expone que los factores que dificultan la sostenibilidad de un emprendimiento son:

- Innovación disruptiva. Esto ocurre cuando un nuevo producto, servicio o modelo de negocio modifica la forma antigua de hacer negocios, convirtiéndola en obsoleta
- Degradación ambiental
- Globalización

Un avance importante sobre los factores que afectan la actividad emprendedora es el estudio de Kantis, (2004) quien define un conjunto de factores que influyen en el proceso emprendedor

contribuyendo u obstaculizando el nacimiento y desarrollo de empresas, tanto en términos cuantitativos como cualitativos.

Los factores se agrupan en las siguientes categorías:

- Condiciones sociales y económicas
- Cultura y sistema educativo
- Estructura y dinámica productiva
- Aspectos personales

## **1.2. Conceptualización de las variables del tema de investigación**

Para Kantis (2004) un factor es un elemento, circunstancia, influencia, que contribuye a producir un resultado. Las condiciones de mercado es un factor que influye en la sostenibilidad de las empresas y es considerado un obstáculo en los primeros años de vida.

Además, Maldonado (s, f) menciona que la sostenibilidad se refiere a la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social. También se refiere a si los beneficios del proyecto tendrán continuidad después de que el periodo de financiación externa haya concluido.

También Vásquez, (2008) describe que los emprendimientos cumplen un papel muy importante ya que generan un producto o servicio por lo que es considerado clave para el desarrollo económico del entorno. Es significativo incorporar tecnologías a sus estrategias

de negocios y así poder ser más productivos aumentando su grado de eficiencia solo así se estará contribuyendo a la economía del país.

Para Schumpeter, (2017) la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo.

En América Latina el impulso a la actividad emprendedora se ha convertido en una de sus principales políticas teniendo las microempresas y las pequeñas empresas una representatividad del 80% del total de la economía Zamora, (2011).

Según el mercado laboral del Banco Central del Ecuador, (2011) se observó que la mayoría de emprendedores se encuentran en establecimientos con menos de 100 empleados (MYPIMES) este porcentaje se ubica en el 77,4%, el 22,6% restante fueron los ocupados en establecimientos con más de 100 empleados, es decir se evidencia un rol importante de las pequeñas empresas en la economía Ecuatoriana.

En consideración con los conceptos antes expuesto este proyecto se realiza con el fin de conocer los factores que influyen en la sostenibilidad de los emprendimientos del sector de Picanterías en la ciudad de Chone, la investigación surge de la observación del por qué estos negocios de Picantería se encuentren abiertos por un tiempo y luego cierren, que factores

están impactando de forma que dificulten la sostenibilidad de los mismos, es importante estudiar estos factores porque va a brindar un mayor direccionamiento al momento de iniciar un negocio.

## **2. OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS**

### **2.1. Objetivo general**

Identificar los factores que dificultan la sostenibilidad de los emprendimientos del sector de Picantería en la ciudad de Chone.

### **2.2. Objetivos específicos**

**OE 1:** Conceptuar los aportes teóricos de factores que explican la sostenibilidad de los emprendimientos.

**OE 2:** Determinar los factores que dificultan la sostenibilidad de los emprendimientos del sector de Picantería.

**OE 3:** Analizar los factores determinados que dificultan la sostenibilidad de los emprendimientos del sector de Picantería en la ciudad de Chone.

### **3. MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **3.1. Tipo de investigación**

De acuerdo a los objetivos específicos 1, objetivo específico 2 y objetivo específico 3, el trabajo de investigación corresponde al tipo descriptivo, en el cual se utilizará los siguientes métodos de investigación:

Como lo menciona Vega (2017) el método estadístico es el proceso de la información en donde consta la ordenación, tabulación y representación gráfica.

Para cumplir con este método se diseñará un modelo de encuesta (Ver anexo, GraficoN°12), para los gerentes de los emprendimientos de Picanterías en la ciudad de Chone, con dicha información se procederá hacer los gráficos estadísticos con sus respectivos análisis, y a través de esto se identificarán los factores que dificultan la sostenibilidad de este tipo de emprendimientos en el Cantón.

También se utilizará el método bibliográfico, en donde se aplicará la recolección y selección de material requerido en el desarrollo de la investigación.

La información será previamente seleccionada de fuentes confiables, la cual permitirá conceptualizar los aportes teóricos que se requieren.

### 3.2. Población

Según Tamayo (1997) indica que “La población es un conjunto de individuos de la misma clase limitada por el estudio. Cuando es posible medir todos los individuos de una población se la podrá tomar como muestra representativa la misma”

Para diseñar el número de encuesta se utilizó datos del catastro del SRI de la zona urbana del cantón Chone donde se determinó una población de 23 locales de picanterías en estado de contribuyente activo, los mismos que serán utilizados como muestra.

## 4. RESULTADOS

### 4.1. Conceptualización de los aportes teóricos

Para la conceptualización de los aportes teóricos se utilizó bibliografía seleccionada de autores representativos que han escrito sobre sostenibilidad, que a continuación se detallan:

*Tabla 1: Aportes de Autores Representativos sobre sostenibilidad*

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Aporte</b>
<b>Martin Zwillig</b>	2013	Teoría de competitividad y modelo de Negocio
<b>María Suarez</b>	2014	La Sostenibilidad como aporte al desarrollo sostenible
<b>Caneda</b>	2004	La Inversión Socialmente Responsable (ISR)
<b>Michael Porter</b>	2011	El valor compartido como estrategia de sostenibilidad
<b>Lloret</b>	2011	La estrategia de sostenibilidad y la generación de valor

---

<b>Dourojeanni</b>	2000	El desarrollo económico Sostenible
--------------------	------	------------------------------------

---

<b>Noboa</b>	2006	Ventaja competitiva sostenible
--------------	------	--------------------------------

---

**Fuente:** Aportes de Autores Representativos sobre sostenibilidad.

**Elaboración:** Autora del proyecto

Según Zwillling (2013), expone a la innovación disruptiva como una teoría de competitividad y modelo de negocio. Esto ocurre cuando un nuevo producto, servicio o modelo modifica la forma antigua de hacer negocios, convirtiéndola en obsoleta.

Las innovaciones disruptivas para este autor son un arma de doble filo, por un lado, suponen una amenaza para las empresas en un determinado sector que no son capaces de adaptarse a la nueva situación, y por otro lado se puede invertir en empresas que puedan beneficiarse de este tipo de innovaciones, pero el problema es que son difíciles de detectar y no cotizan a precios atractivos.

El modelo de negocio de las Picanterías en la ciudad de Chone se lleva de una forma tradicional, la incorporación de una innovación disruptiva podría brindarle una fortaleza para que se vuelvan más competitiva, Uber Eats por ejemplo ofrece una diversidad de comida, personaliza gustos y preferencias, recomendando opciones a los clientes llevándoselo a la puerta de la casa u oficina, desde que inicia la orden el consumidor monitorea el proceso completo de su compra desde el teléfono.

También Zwillling (2013) menciona algunas consecuencias de la globalización para el medioambiente:

**Degradación ambiental.** Se debe realizar una valoración de los impactos ambientales provocados por los proyectos y más concretamente de la utilización de los recursos ambientales locales.

**Globalización.** El uso de tecnología inadecuada amenaza de manera muy directa al éxito de un proyecto y su capacidad de supervivencia.

El cuidado del medio ambiente hoy en día es un tema muy influyente, que las empresas deberían de ponerlo en práctica ya que puede llevar a que mantenga una buena reputación y muestre un crecimiento en cuanto a ventas.

La Globalización es una parte fundamental en las empresas para su innovación, ya que se vuelvan más competitivas y por supuesto mantienen esa capacidad de supervivencia.

Estos emprendimientos utilizan para la venta de los productos sorbetes en las bebidas gaseosas, tarrinas y cucharas de plástico, en cuanto a globalización han desarrollado la creación de páginas en redes sociales donde muestran los productos que ofrecen, precios, promociones, cierre y apertura del negocio.

Otro aporte es que el menciona Suarez (2014) con el título. La sostenibilidad como aporte al desarrollo sostenible y menciona en cuanto a variables lo siguiente:

**Apoyo Político.** Los emprendimientos requieren de un entorno político favorable durante su ciclo de vida y más allá para asegurar la sostenibilidad.

**Vulnerabilidad a catástrofes Naturales.** El análisis debe identificar las áreas de riesgo, realizar el análisis de vulnerabilidad entrelazando las áreas de riesgo con el medio físico y la infraestructura.

**Económico-Financiero.** El propósito básico es siempre determinar si los beneficios incrementales del Proyecto compensan sus cortes tanto económica como financieramente.

**Procesos de selección del Personal.** Estos deben tener sentimiento de apropiación, empoderamiento, capaces de discernir la trasmisión de experiencias, se deben adecuar al contexto.

La sostenibilidad para este autor no es solo pagar la inversión de ubicar el negocio, va más allá, es cubrir la necesidad del cliente pensando en un desarrollo sostenible, que cuide el medio ambiente, que pueda generar crecimiento en cuanto a los ingresos de la empresa y sobre todo brindar un servicio o producto de calidad al cliente.

Estos emprendimientos de Picanterías, suelen afectarse por que la mayoría no cuenta con lugar propio, tienen que pagar arriendos los cuales las tarifas son elevadas, no realizan un plan estratégico en cuanto a ubicar el negocio, emiten un criterio en cuantos a costos de acuerdo a la competencia, o a la capacidad de negociación que tengan con los proveedores de la materia prima, el proceso de selección del personal lo realizan en cuanto a la experiencia en el trabajo que van a desempeñar, es decir la mayoría de gerentes realizan la administración del negocio de una forma empírica.

Para Caneda (2004) La inversión Socialmente Responsable (ISR) es aquella que incorpora consideraciones éticas, sociales, y medioambientales, junto a las financieras, en la toma de decisiones de inversión de una empresa. En el proceso de ISR los inversores consideran las consecuencias sociales y medioambientales, tanto positivas como negativas, en el contexto de un análisis financiero riguroso.

La ISR combina los objetivos financieros de los inversores con sus preocupaciones acerca de problemas sociales y medioambientales, y considera que empresas sostenibles generan valor para el emprendedor a largo plazo, pues están más preparadas para enfrentar los riesgos económicos

También Porter, (2011) menciona como estrategia de sostenibilidad a la creación de valor compartido y lo define como las políticas y prácticas operacionales que aumentan la competitividad de una empresa, mientras simultáneamente mejoran las condiciones sociales y económicas de las comunidades en las cuales opera, concepto que parte de la base de que una sociedad sana permite la existencia de compañías exitosas.

Para lograr un círculo valioso empresa-sociedad se requieren líderes que desarrollen competencias y nuevas formas de conocimiento, así como una mayor consideración de las necesidades y desafíos de la sociedad misma, adicionalmente es fundamental demostrar un comportamiento responsable, garantizado el cumplimiento y la sostenibilidad del proceso productivo, preservando el medio ambiente, entregando valor a los proveedores y trabajadores que componen el negocio.

Como lo plantea Lloret (2011) El problema parece ser que la implementación de una estrategia de sostenibilidad podría afectar a la generación de valor, pero es justamente ahí donde está la clave, una visión sostenible del negocio permite que la empresa vea hacia el futuro y garantice su permanencia.

Según Dourojeanni, (2000) El desarrollo económico sostenible puede lograrse, por ejemplo, cuando las empresas o personas con un criterio rentable hacen posible que sus proyectos sean financieramente exitosos (lograr en el tiempo que los ingresos sean mayores que sus costos); sin importar que al mismo tiempo abran su capital financiero a muchos socios, tengan un trato digno con los trabajadores y sus clientes e inclusive, paguen buenos salarios a la comunidad. Un ejemplo de ello, son algunas de las empresas cuya razón social se relaciona con la responsabilidad social.

La sostenibilidad puede conseguirse cuando se apoyan proyectos en el mantenimiento de la cohesión comunitaria, para el emprendimiento de objetivos comunes alrededor de mejorar las condiciones de vida, un ejemplo de ellos son las ONG sociales y ambientalistas.

También Noboa, (2006) menciona que una ventaja competitiva sostenible es la que logra mantenerse en un período lo suficientemente prolongado como para considerarse consolidada, es la posibilidad de mantener rendimientos superiores, en un espacio largo de tiempo.

#### 4.2. Determinación de los factores que dificultan la sostenibilidad de los emprendimientos

La encuesta aplicada, está diseñada considerando los factores que responden al término de sostenibilidad, dividiendo las preguntas por componente Social, Económico, Ambiental.

*Tabla 2: Factores de Sostenibilidad analizados en la encuesta*

<b>Factores de Sostenibilidad Componentes</b>	<b>Preguntas</b>
<b>Social/ Innovación</b>	Motivación para la creación del Negocio Factores de diferenciación frente a la competencia Alianzas estratégicas con otras organizaciones/negocios Grado de Influencia de los clientes en las tomas de decisiones Grado de Importancia de la innovación en su negocio Factores que dificultan la toma de decisiones en el proceso de innovación
<b>Económico</b>	Fuente de Financiamiento Inicial Monto de la Inversión Inicial
<b>Ambiental</b>	Estrategias de cuidado medio ambiental implementadas
<b>Componente Globalización/Comunicación</b>	Grado de Importancia de los medios de comunicación en la difusión Medios de comunicación implementadas en la difusión del negocio

**Fuente:** Factores de Sostenibilidad analizados en la encuesta

**Elaboración:** Autora del proyecto

## Pregunta 1: Factores de Sostenibilidad: Componente Social

Gráfico 1: Motivación para la creación del Negocio



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerente de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto

**Análisis:**

Como se puede observar en el gráfico N°1 el 65,22% respondieron que les motivo a crear el negocio por necesidad, mientras que el 34,78% respondió que por oportunidad.

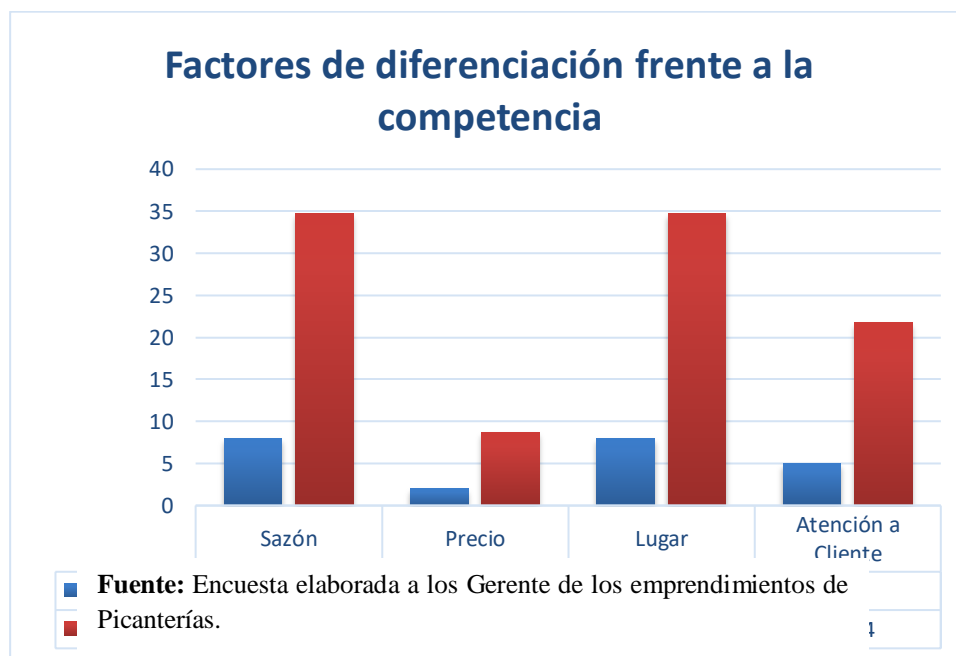
Según Dether (2017):

Los emprendedores por necesidad recorren un camino de aprendizaje inverso al de los emprendedores por oportunidad. Comienzan tratando de aprender cuál es el proceso para gestionar el negocio con el que creen que podrán sobrevivir, en lugar de verificar si ese negocio es viable con lo que saben para fundarlo y en donde lo intentan hacer funcionar.

Los emprendedores al no contar con opciones laborales deciden ejecutar una idea de negocio aprovechando las oportunidades del mercado, la mayoría de las veces es tomada como una aventura para la subsistencia del empresario, quien no cuenta con más ingresos y normalmente aplica bajos niveles de innovación y creatividad.

## Pregunta 2: Factores de Sostenibilidad: Componente Social

Gráfico 2: Factores de diferenciación frente a la competencia



**Elaboración:** Autora del proyecto

**Análisis:**

Como se puede observar en el gráfico N°2 los factores de diferenciación más significativos que tienen estos emprendimientos frente a la competencia son la sazón y el lugar con un 34.78%, seguido de la atención del cliente con un 21.74% y por último el precio un 8,70%.

Como lo menciona Chaparro (2015):

El factor de diferenciación determinante muchas veces está en los atributos de la marca, la experiencia de la empresa, el nivel del servicio o la atención, la manera como se presenta el producto, entre otros. Para lograr diferenciarse adecuadamente es indispensable que conozca con precisión su público objetivo y desarrolle una estrategia para conectar con él.

En el mundo de hoy cada vez está más claro que los clientes potenciales de un producto no se deciden a comprarlo simplemente tomando en cuenta su precio. Aunque el precio siempre sea algo importante, en la actualidad es indispensable conseguir una forma más sofisticada y efectiva de diferenciación de sus productos o servicios en el mercado.

Los factores de diferenciación con más puntuación les permiten tener una ventaja competitiva frente a la competencia, y deberían ser lo primordial en un emprendimiento de picanterías, ya que las personas les gustaría probar un plato con una buena sazón y ubicado en lugar apropiado que denote limpieza y tranquilidad.

### Pregunta 3: Factores de Sostenibilidad: Componente Social

Gráfico 3: Alianzas estratégicas con otras organizaciones/negocios



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerente de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto

**Análisis:**

Como se puede observar el 65,22% de emprendimientos si cuentan con alianzas estratégicas con otros negocios tales como: Aviva Express, Marcos Express, Plátanos Chancay, Mega Flipper, Fresh Fish CIA Ltda., Chifleria Rosado todas estas alianzas les ha permitido reducir tiempo y costos según expresaron los encuestados

Aquellos negocios que reparten pedidos puerta a puerta como (Aviva Express, Marcos Express) por el volumen de frecuencia que llevan a domicilio bajan el monto de la carrera, y aquellos que les proveen de materia prima como (Mega Flipper. Fresh Fish CIA Ltda., Plátanos Chancay, Chifleria Rosado) mantienen precios bajos, un producto de calidad y con una distribución directa.

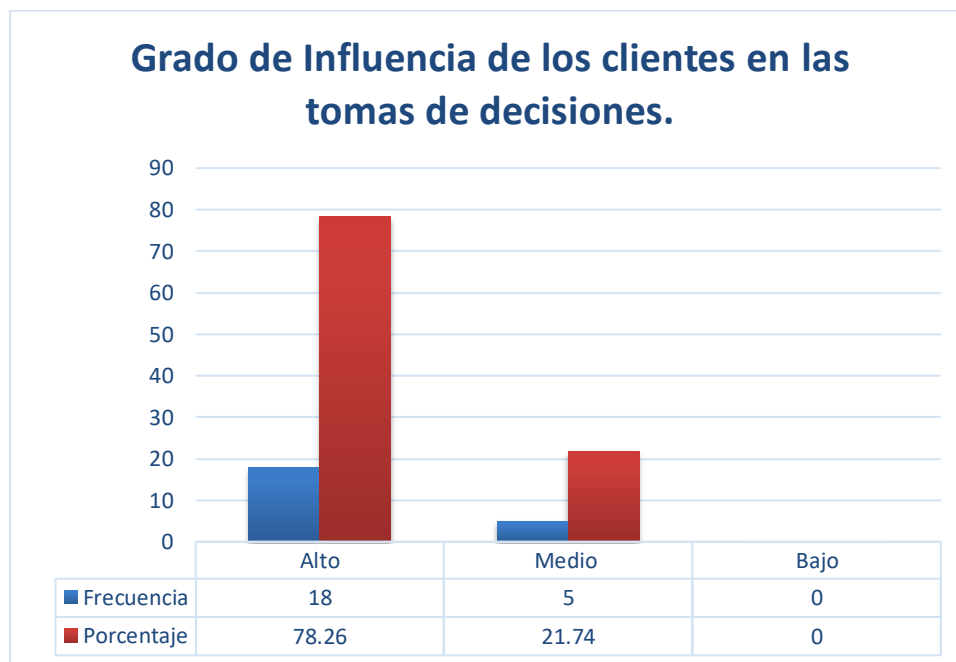
Según Pérez (2019):

Las alianzas estratégicas entre empresas pueden llevar al máximo el potencial de un negocio, por ello son básicas en el plan de desarrollo a corto y largo plazo, el objetivo es fortalecer empresas y crear nuevas oportunidades de negocio.

Entre las ventajas que tienen las alianzas estratégicas son: producto, precio, calidad, servicio, crédito a clientes, diseño, imagen, información, estrategia competitiva (que tiene tres estrategias genéricas: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque).

#### Pregunta 4: Factores de Sostenibilidad: Componente Social

Gráfico 4: Grado de influencia de los clientes en las tomas de decisiones



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerente de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto

## **Análisis**

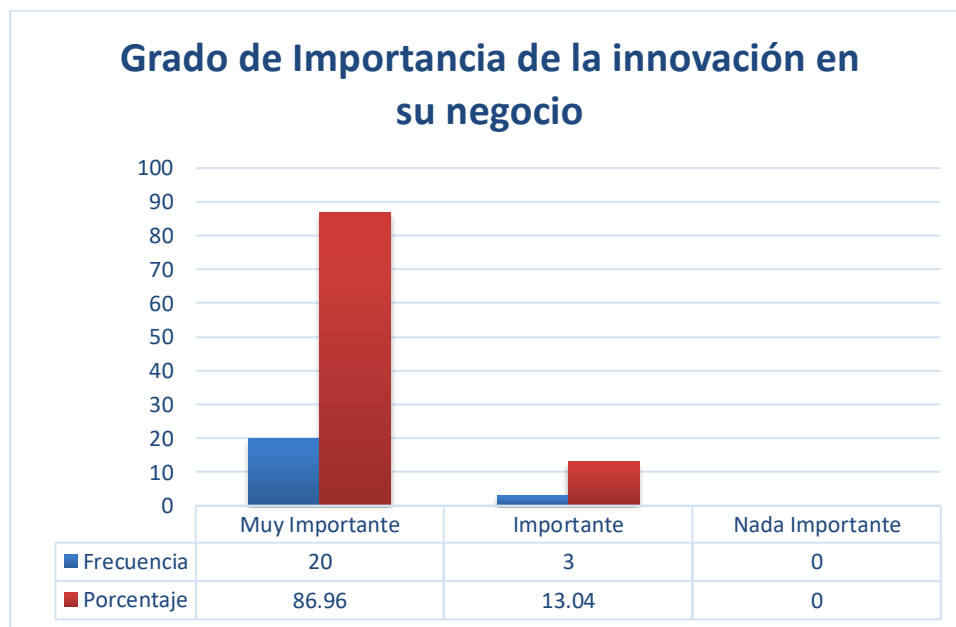
Como se puede observar en el gráfico N°4 el grado de influencia de los clientes en la toma de decisión es alto con un 78,26 % y Medio con un 21,74%, lo cual expresa que los dueños de estos emprendimientos escuchan las opiniones de los clientes e intentan cambiar determinados aspectos que sienten que se están llevando de una forma diferente o mal realizada, para brindar un servicio mejorado.

Según Campos (2011):

Escuchar a los clientes no solo significa oír lo que dicen cuando hablan. También se deben de lanzar las preguntas adecuadas que sirvan para recibir información que puede resultar muy valiosa. Un caso común es el de solicitar al cliente una evaluación de los servicios que está recibiendo actualmente o los que ya ha recibido e invitarle a describir sus necesidades totales y sus carencias tecnológicas. Esta interacción tiene dos propósitos, mejorar la competitividad del servicio que actualmente estamos ofreciendo al cliente e identificar posibles oportunidades para lanzar nuevas propuestas de servicios.

## Pregunta 5: Factores de Sostenibilidad: Componente Innovación

Gráfico 5: Grado de Importancia de la innovación en su negocio



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerente de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto

## **Análisis**

Como se puede observar en el gráfico N°5, los encuestados respondieron que consideran que la innovación en los negocios es muy importante con un 86.96%, se tiene que implementar algo nuevo que llame la atención, que les permita generar un valor agregado al cliente para que este se sienta en confort con el producto que está consumiendo y el trato que está recibiendo.

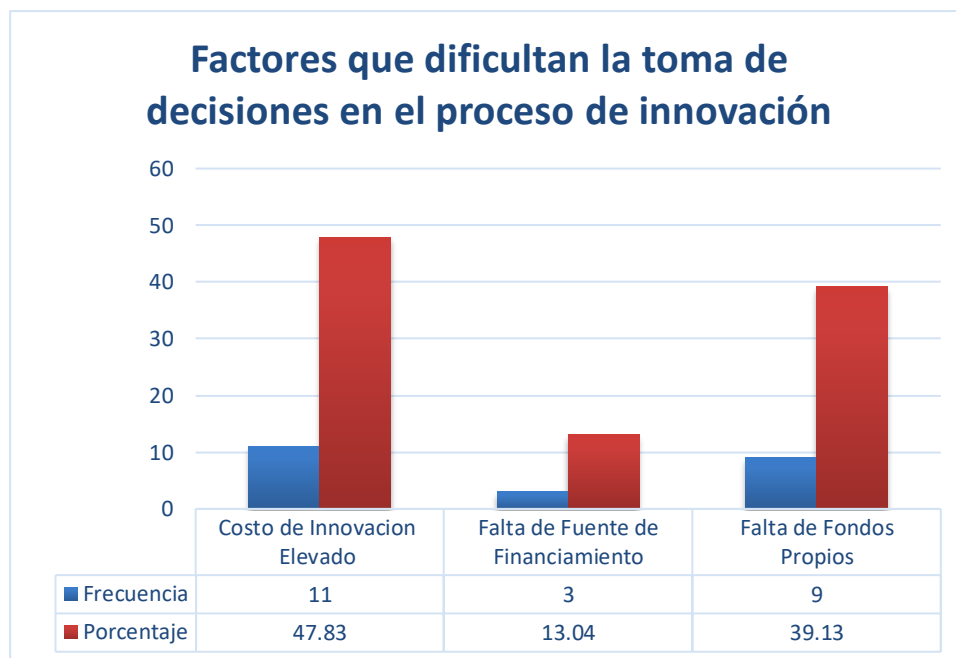
Como lo menciona Romero (2017):

La innovación consiste en crear y aplicar nuevas ideas para los productos o servicios que una empresa ofrece, para generar un valor diferenciador de la misma ante sus competidores y aumentar sus ingresos.

La innovación debe ocupar un lugar esencial en la dirección estratégica de un negocio, el ser diferente, te va a posicionar y te mantendrá en el top of mind de tu mercado meta, la forma de hacer negocios ha cambiado de manera vertiginosa y estar a la vanguardia es una tarea que todo empresario debe poner en práctica.

## Pregunta 6: Factores de Sostenibilidad: Componente Innovación

Gráfico 6: Factores que dificultan la toma de decisiones en el proceso de innovación



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerente de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto

**Análisis:**

Como se observa en el gráfico N°6, los factores que dificultan la toma de decisiones en el proceso de innovación son: el alto costo de la innovación con un 47,83% y la falta de fondos propios con el 39,13% , esto quiere decir que los emprendedores saben que es importante innovar, y tienen las ganas de hacerlo pero a veces el factor económico no lo permite, no cuentan con un capital propio para invertir, y pues consideran que implementar algo nuevo pero que sea de mala calidad prefieren ahorrar y comprar algo que va a servir y durar.

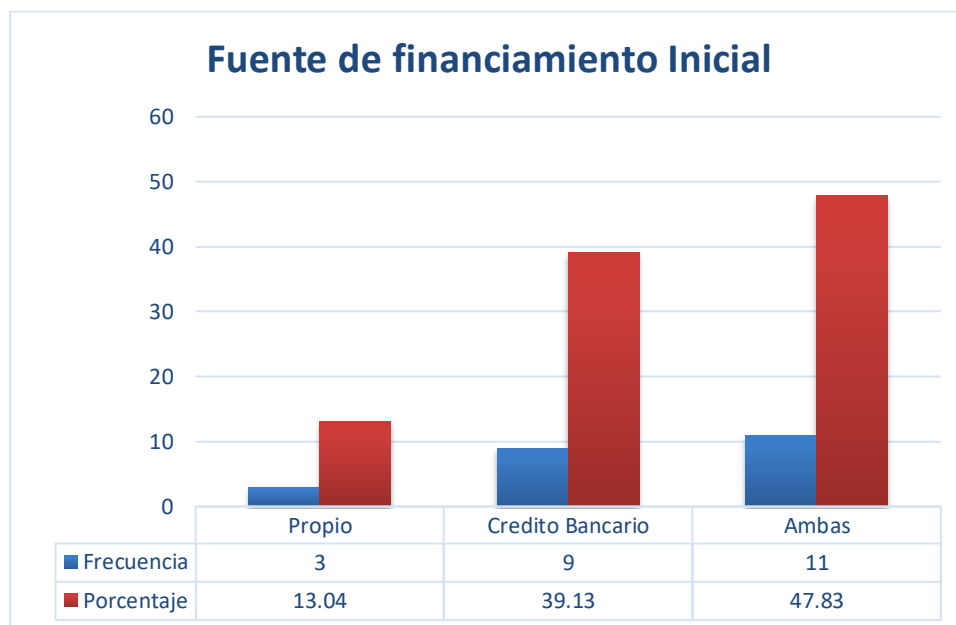
Según Morales (2016):

La realidad es que pese a que cada vez hay más conciencia de lo importante que es añadir estrategias de I+D, en las empresas aún influyen muchos factores negativamente.

El primero de ellos señala a la falta de participación de los agentes financieros en la financiación de la innovación. También es un importante freno el desajuste entre la oferta del sistema educativo y la demanda del sistema productivo hay que dotar al sistema universitario de una formación de alta calidad próxima al mercado laboral, además que hay que lograr una administración que sea capaz de generar sinergias con el sector privado y fomentar un entorno favorable a los emprendedores y las empresas innovadoras.

## Pregunta 7: Factores de Sostenibilidad: Componente Económico

Gráfico 7: Fuente de Financiamiento Inicial



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerente de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto

**Análisis:**

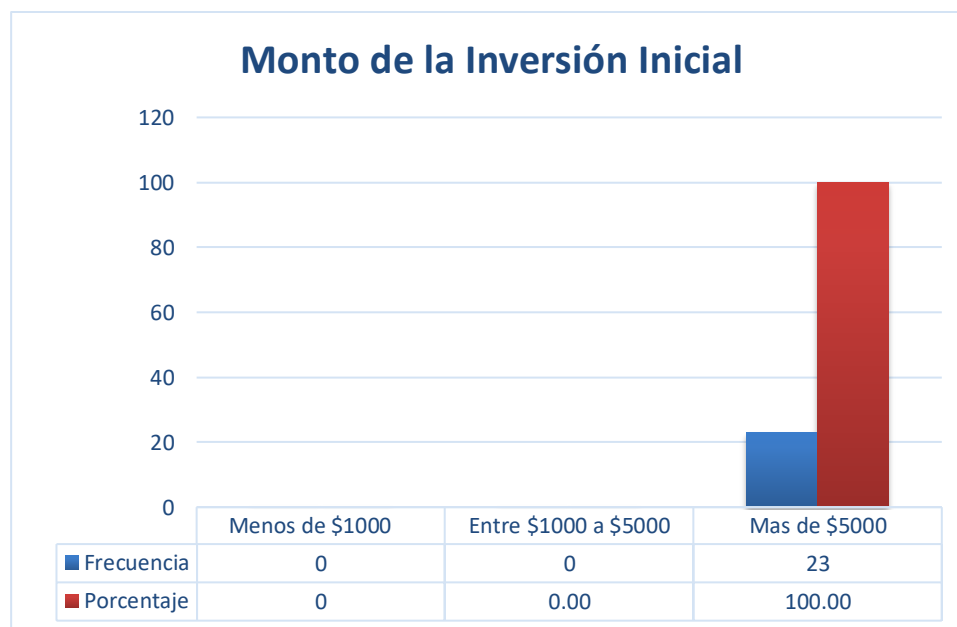
Como se puede observar en el gráfico N°7, la fuente de financiamiento inicial fue mediante crédito bancario y capital propio con un 47.83%, es decir la mayoría de los emprendedores contaban con un porcentaje inicial para invertir y prestaron a una entidad financiera para completar la diferencia, lo cual en cierta forma es una buena opción ya que no se presta todo el monto inicial solo un porcentaje, pero por otro lado se tiene que empezar a trabajar con efectividad para obtener ganancias propias, y para poder pagar el crédito, esto hará que por un buen tiempo no se reciban todo el dinero líquido para el emprendimiento.

Como lo menciona Ongay (2017):

No hay empresa sin inversión. Aunque una y otra sean modestas, lo cierto es que ambas se necesitan. Por eso, el emprendedor, si no tiene recursos propios suficientes, necesita el apoyo financiero de alguien, ya sea una persona física o jurídica, que confíe en el proyecto y esté dispuesto a apostar por él. Como es natural, el primer recurso que a nuestro “empresario” le viene a la mente es el banco. Los bancos están deseando prestar dinero porque en ello reside su principal negocio. A veces es inevitable usarlos para obtener financiación, pero lo que el banco te da, al cabo de un tiempo, el banco te lo pide, y con los oportunos intereses. Y los bancos cobran siempre, que nadie tenga dudas.

## Pregunto 8: Factores de Sostenibilidad: Componente Económico

Gráfico 8: Monto de la Inversión Inicial



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerente de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto

**Análisis:**

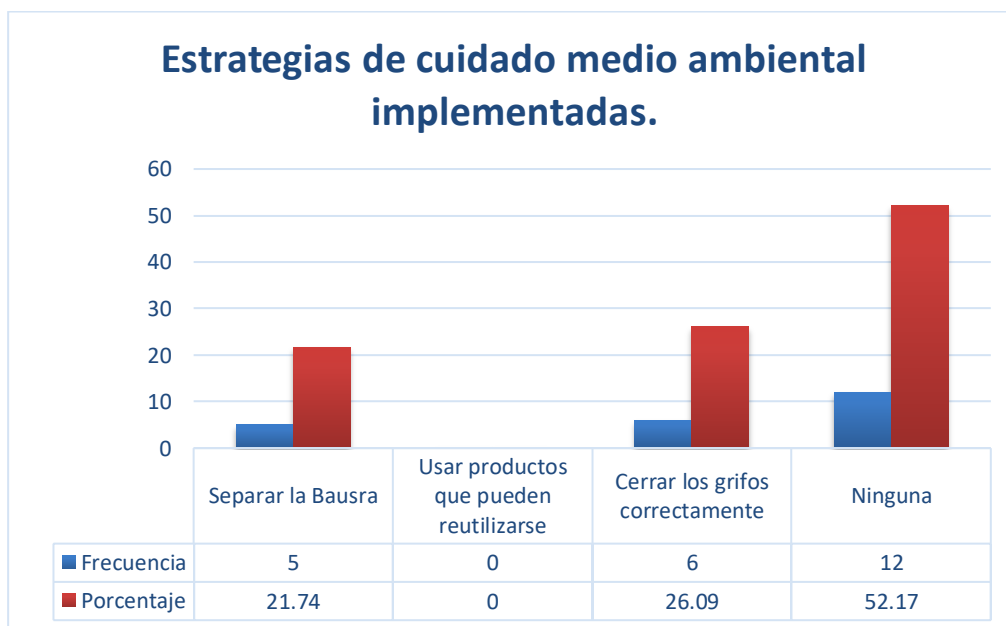
Como se observa en el gráfico N°8, el monto de la inversión inicial para un emprendimiento de Picanterías esta entre \$1000 a \$5000, y es que algunos emprendedores tienen que adecuar el lugar que van a utilizar, pagar el costo de los trámites y permisos de funcionamiento para iniciar el negocio, comprar los materiales necesarios, pagos de servicios básicos, entre otros.

Como lo menciona Mazzoli (2019):

Montar un restaurante, nos enfrenta a una serie de dificultades. Las actividades de Picantería requieren mucho sacrificio y dedicación y es necesario reflexionar en profundidad sobre nuestra disponibilidad actual y futura. La ubicación reviste una especial importancia y en muchas ocasiones resulta difícil encontrar un local, que no sólo sea adecuado a nuestro público objetivo, sino que además cumpla los requerimientos legales de licencias y autorizaciones y cuyo precio esté al alcance de nuestras posibilidades. En general, se requiere una fuerte inversión inicial, que puede desanimar a más de uno. Finalmente, uno de los problemas más acuciantes de las Picanterías es la dificultad para encontrar el personal, cualificado y motivado a pesar de los horarios que la profesión exige

## Pregunta 9: Factores de Sostenibilidad: Componente Ambiental y Globalización

Gráfico 9: Estrategias de cuidado medio ambiental implementadas



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerente de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto

**Análisis:**

Como se puede observar en el gráfico N°9, los negocios de Picanterías encuestados en un 52.17% no implementan ninguna estrategia de cuidado medio ambiental, lo cual es preocupante ya que este tema hoy en día es algo primordial, estos negocios depositan todos los desechos en un solo tacho, por la necesidad de tener limpios los platos no cierran los grifos en tiempos prolongados, utilizan sorbetes en las bebidas gaseosas y tarrinas de plásticos para los pedidos que se llevan a casa, si se tomara este tema como algo importante y comenzaran a realizar estrategias medio ambientales, se le podría generar una ventaja competitiva para los mismos.

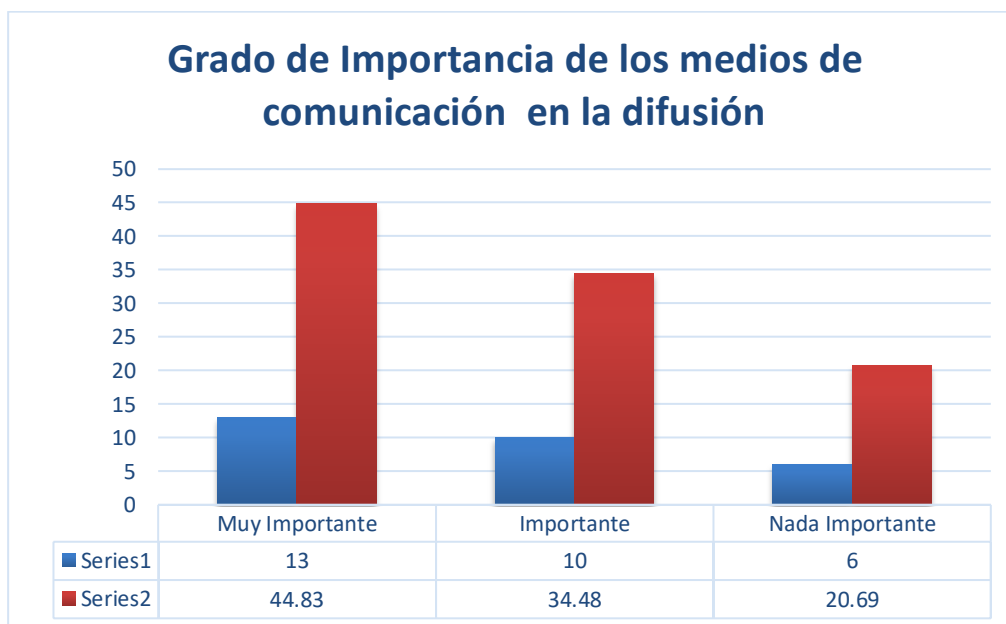
Según Siternas (2018):

Una gestión ambiental dedicada a compensar los daños causados por la actividad de una empresa nunca será una correcta gestión ambiental. El objetivo debe ser reducir el impacto de tu actividad sobre el medio ambiente, mejorar la sostenibilidad y encontrar nuevas oportunidades de negocio que respeten el entorno.

Lo verde vende, es un plus capaz de llegar al consumidor de forma mucho más efectiva que cualquier campaña de publicidad. Ya fuera del ámbito económico, una correcta gestión ambiental empresarial nos permite reducir el impacto ecológico de nuestra actividad empresarial en la mayor medida posible. Está claro que el impacto 0 es prácticamente algo utópico, pero sí que nos permite reducirlo tanto como podamos.

### Pregunta 10: Factores de Sostenibilidad: Componente Ambiental y Globalización

Gráfico 10: Grado de Importancias de los medios de comunicación en la difusión



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerente de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto

**Análisis:**

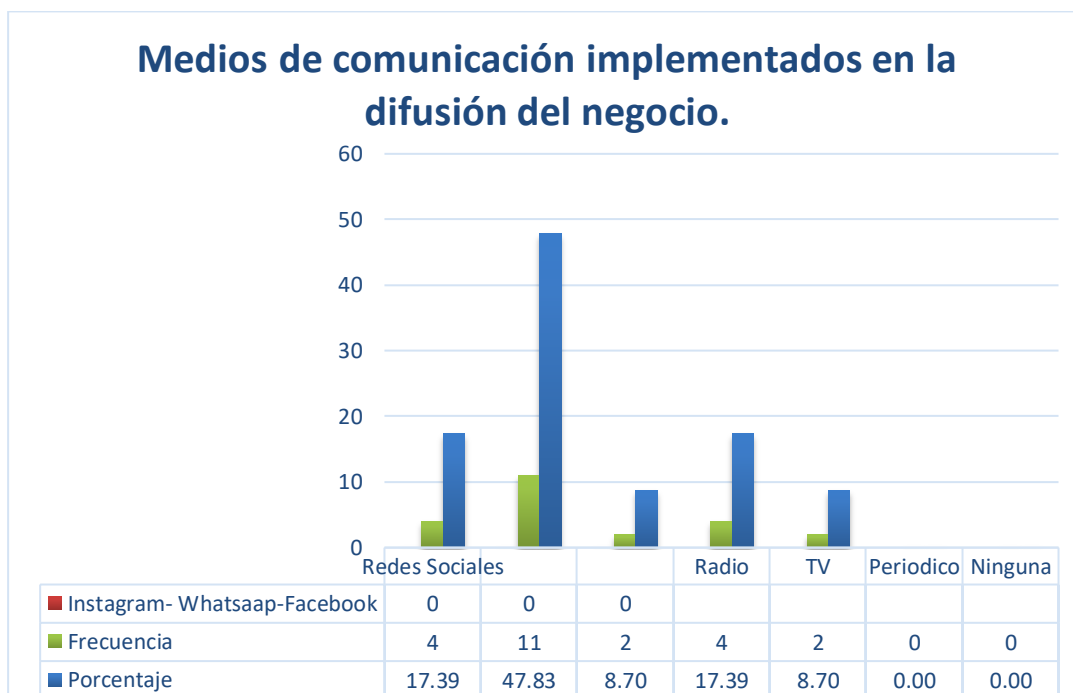
Como se puede observar en el gráfico N° 10, según los encuetados los medios de comunicación en la difusión son muy importantes con un 44.83%. porque estos les permite brindar y mostrar la información de las promociones que tienen, la diversidad de los platos que ofrecen, y los servicios adicionales con los que cuentan.

Según Berenguer (2019):

La inversión en Publicidad puede ser uno de los egresos más importantes del emprendimiento en sus inicios, pero ello está completamente justificado por el objetivo de hacer conocer la oferta en el Mercado y por el hecho mismo que toda inversión publicitaria trabaja sobre el volumen de ventas y en ese sentido sobre las utilidades.

## Pregunta 11: Factores de Sostenibilidad: Componente Ambiental y Globalización

Gráfico 11: Medios de comunicación implementados en la difusión del negocio



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerente de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto

**Análisis:**

Como se puede observar en el gráfico N°11 los negocios de Picanterías utilizan en mayor proporción la difusión por medio de WhatsApp con un 47.83%, seguido de la Radio e Instagram con un 17.39%, y la que menos utilizan es la difusión por medio del periódico.

Consideran que en WhatsApp la difusión es más rápida, sin costo alguno y pueden mostrar en sus perfiles toda la información que desean proyectar sin límite de espacios publicitarios a diferencia de la difusión por medio del periódico y Radio, cabe destacar que algunos negocios difunden la información de acuerdo al público objetivo que poseen.

Como lo menciona Nava (2015):

Una de las cosas más importantes son las publicaciones que dan vida al negocio, se puede crear novedades de la empresa, ofertas, descuentos, hacer promociones, hacer marketing, resolver dudas de clientes, hacer que los clientes atraigan a más clientes y muchas otras cosas que ofrece este contacto directo por los medios de comunicación.

#### **4.3. Análisis de los factores determinados que dificultan la sostenibilidad de los emprendimientos del sector de Picantería**

Los emprendimientos hoy en día, han ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica, los altos niveles de desempleo, han creado en las personas la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores, sin embargo, una vez que tienen constituido un emprendimiento no logran crear realmente una cultura empresarial sostenida, según los resultados de la investigación se determina que los factores que impiden la sostenibilidad de estos emprendimientos son:

1. **Los negocios se crean por necesidad.** Se observa que los emprendedores de Picanterías en la zona urbana del Cantón Chone, no realizan un estudio de mercado, un análisis interno y externo del ambiente, que le garantice que la idea de negocio va a satisfacer las necesidades del cliente, lo va a posicionar en el mercado, y va a tener rentabilidad. Estos emprendedores lo que desean es implementar la idea de negocio sin tomar en cuenta los riesgos que se pueden presentar en los años posteriores a la apertura del emprendimiento, además no tienen en cuenta otros elementos fundamentales como plantearse una misión, visión, no se cuestionan su crecimiento en posicionamiento en el mercado, como piensan llegar a sus consumidores, sino que se limitan a operar sobre bases empíricas.
2. **Falta de Innovación.** A pesar que la innovación es un factor relevante en el desarrollo de la empresa, los propietarios de los emprendimientos de Picanterías no innovan porque lo consideran en cuanto a costo muy elevado y se justifican con que no cuentan

con fondos propios y las entidades financieras no brindan apoyo para que se innove, pero aun que sea un gasto considerable, toda empresa debe plantearse con antelación la renovación de herramientas y equipos a fin de seguir siendo más competitivos, este es un problema fundamental que se está enfrentado los emprendimientos de Picanterías y que son importantes solucionar para explotar al máximo las capacidades de los empresarios, para aumentar su tiempo de vida, pero además de la innovación no se debe dejar de lado que se debe tener una atención especializada, una calidad en el servicio y una respuesta inmediata para el cliente.

3. **Fuentes de Financiamientos para iniciar el negocio.** Al no determinar con anticipación los fondos necesarios para poner en marcha el emprendimiento y cómo van a obtener el capital, los empresarios caen en la trampa de la mala planeación financiera, es muy importante definir previamente la estructura financiera del emprendimiento y hacer una previsión de su rentabilidad a mediano plazo. Ello no quiere decir que solo se planeen las inversiones en activos fijos, sino que también los gastos de capital de trabajo y otros gastos derivados que puede brindar el mercado.

Los emprendedores de Picanterías, han prestado a entidades financieras la mayor parte de la inversión, y esto hace que tengan que tratar de posicionar el emprendimiento rápido para así obtener altas ganancias, las mismas que serán utilizadas para pagar el crédito, y a parte deberán preocuparse por dejar un porcentaje de este para la compra de insumos necesarios para realizar los productos que tienen en venta.

4. **No cuentan con estrategias de cuidado medioambiental.** Los emprendimientos de Picanterías, no realizan estrategias de cuidado medioambiental y lo justifican mencionando que por la actividad que realizan es complicado ser responsable con el ambiente, sin

embargo, si estos se preocuparan desarrollando un horario para abrir los grijos y lavar los platos, no utilizar sorbetes en las bebidas, implementando un clasificador de desechos, pueden brindar otra imagen de su negocio hacia los clientes y obtener una ventaja competitiva.

Estos factores mencionados dificultan que los emprendimientos del sector de Picanterías sean sostenibles, y responden a las tres líneas de impacto que son social, económico y ambiental.

## 5. DISCUSIÓN

### **Respecto a los Aportes Teóricos**

Mediante la recolección de aportes teóricos de representantes que han escrito sobre sostenibilidad se da a conocer que este término responde a tres líneas de impactos importantes como son: social, económico y ambiental, las mismas le permitirá al emprendimiento tener un desarrollo sostenible, y no provocar un declive en los primeros años de funcionamiento del negocio.

Los gerentes de los emprendimientos del sector de Picanterías, implementan su idea de negocio por necesidad, haciéndolo de forma empírica, sin poner en práctica aspectos importantes como la innovación y el compromiso con el ambiente.

Se puede evidenciar que los gerentes de los emprendimientos del sector de Picanterías en la zona urbana del Cantón Chone, son indiferentes a la línea de impacto que responde el concepto de sostenibilidad, (social, económico, ambiental).

### **Respecto a los factores que dificultan la sostenibilidad**

Las preguntas realizadas en el modelo de encuesta se las clasificó según los componentes que respondían al concepto de sostenibilidad (social, económico, ambiental) determinando cuatro factores los cuales son:

- Los gerentes implementan ideas de negocio por necesidad
- Los gerentes no innovan porque consideran que es muy caro, y no cuentan con fondos propios
- Los gerentes han realizado créditos mayores a \$5000 por más de 5 años para implementar su idea de negocio

- Los gerentes no realizan estrategias de cuidado medio ambiental en sus emprendimientos

### **Respecto al análisis de los factores que dificultan la sostenibilidad**

Los factores determinados en la encuesta, se deben mejorar ya que estos llevan a que los negocios tengan un declive en los primeros años de funcionamiento, los emprendedores deben realizar una planificación previa antes de querer implementar una idea de negocio, no es solo invertir el dinero en la primera oportunidad que se tenga, no porque al competidor A le va bien en el emprendimiento que implemento, quiere decir que el competidor B lo va a ubicar y también va a tener éxito.

Se debe considerar el tema de la innovación como algo primordial, todo negocio que no innova muere, por que el cliente ya no se conforma con algo rutinario, que todos los negocios que están en esa misma línea le ofrezcan, ahora estos son más exigentes.

Además, al mantener una deuda con una entidad financiera, los emprendedores deben preocuparse no solamente porque el emprendimiento se posicione, también que genere la suficiente rentabilidad como para pagar los intereses y los insumos que se necesitan para la producción de los productos que ofrecen.

Si estos negocios no mantienen estrategias de cuidado medio ambiental, los mismos con el tiempo serán visto no competitivos, porque no se debe olvidar que ser responsables con el ambiente aparte de hacer un bien por la naturaleza también genera una imagen corporativa de responsabilidad.

## 6. CONCLUSIÓN

- Se puede determinar que los emprendimientos del sector de picantería en la zona urbana del Cantón Chone, hacen caso omiso a las líneas de impacto que el término sostenibilidad responde como es lo social, lo económico y lo ambiental, porque estos no cuentan con el capital necesario para crear cambios, porque creen que no es necesario implementar estrategias medio ambientales, y por qué mantienen deudas con entidades financieras que solo logran unir todos sus esfuerzos en pagar los intereses del crédito para poder sobrevivir los primeros años de funcionamiento, sin implementar ninguna innovación.
- Los factores que dificultan la sostenibilidad de estos emprendimientos son: el implementar la idea de negocio por necesidad, estos gerentes por falta de empleo, implementan una idea de negocio sin desarrollar una planificación previa, sin desarrollar estrategias de innovación, lo cual es muy importante ya que propondría un cambio, y cabe mencionar que el cliente ya no se satisface con algo rutinario, ahora son más exigentes, prestando a entidades financieras un capital mayor a \$5000, endeudados por 5 años, manteniendo una preocupación por posicionarse en el mercado y comprar insumos para la producción de los productos que ofrecen, sin desarrollar estrategias de cuidado medio ambiental, un tema en vanguardia que todo emprendimiento debería implementar porque lo verde vende y propondría una ventaja competitiva al mismo.
- La investigación realizada permite conocer la realidad de los emprendimientos del sector de Picantería en el cantón Chone y cuáles son los factores que dificultan que logren una

sostenibilidad, considerando que el emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, ser independientes, y mejorar la calidad de vida y contribuir con el desarrollo económico del Cantón.

## 7. BIBLIOGRAFIA

Parra, J. (14 de 08 de 2013). *La Republica*. Recuperado el 27 de 09 de 2019, de La Republica: <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/emprendimiento-sostenible-un-motor-para-los-retos-de-hoy-20498>

Zwilling, M. (27 de 11 de 2013). *Entrepreneur*. Recuperado el 29 de 09 de 2019, de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/266493>

Kantis, H. (2004). *Desarrollo emprendedor: America Latina y la Experiencia Internacional*. Recuperado el 21 de 01 de 2020, de: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Desarrollo-emprendedor-Am%C3%A9rica-Latina-y-la-experiencia-internacional.pdf>

Kantis, H. (2004). *Desarrollo emprendedor: America Latina y la Experiencia Internacional*. Recuperado el 21 de 01 de 2020, de: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Desarrollo-emprendedor-Am%C3%A9rica-Latina-y-la-experiencia-internacional.pdf>

Maldonado, E. (s.f.). *Oxfam*. Recuperado el 05 de 11 de 2019, de Oxfam: <https://blog.oxfamintermon.org/definicion-de-sostenibilidad-sabes-que-es-y-sobre-que-trata/>

Vasquez, G. (Octubre-Diciembre de 2008). Emprendimiento social. *Social Entrepreneurship*, 24, 105-125. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S012359230870055X>

SCHUMPETER, J. 2017. Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico. Ed. Fondo de cultura económica, México.

Zamora, G (2011). *Caracterización de la PYME en la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito*. Centro de Publicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), Quito, Ecuador.

Banco Central del Ecuador, (2011). Descargado de: <http://https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/318-informe-trimestral-del-mercado-laboral>

Vega, N. (07 de 02 de 2017). *Investigacion de operaciones*. Recuperado el 24 de 10 de 2019, de Investigacion de operaciones: <https://nvega2015.wordpress.com/2017/02/07/investigacion-descriptiva-documental-y-experimental/>

SRI. (02 de 12 de 2019). *Catastros - Servicio de Rentas Internas del Ecuador - Sri*. Obtenido de Catastros - Servicio de Rentas Internas del Ecuador - Sri: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/catastros>

Tamayo, T. (1997). *Población y Muestra*. Recuperado el 14 de 01 de 2020, de Población y Muestra.: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>.

Zwilling, M. (27 de 11 de 2013). *Entrepreneur*. Recuperado el 29 de 09 de 2019, de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/266493>

Suarez, M. (2014). *Desarrollo Sustentable*. Recuperado el 07 de 04 de 2020, de Desarrollo Sustentable: <https://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074386608.pdf>

Caneda. (2004). *Indice de Sustentabilidad Empresarial*. Recuperado el 11 de 02 de 2020, de Indice de Sustentabilidad Empresarial.: [https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/32219/LBP\\_?sequence=1](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/32219/LBP_?sequence=1)

Porter, M. (03 de 2011). *Federacion de Organizaciones Sociales*. Recuperado el 11 de 02 de 2020, de Federacion de Organizaciones Sociales: <https://www.foscr.org/la-sostenibilidad-como-ventaja-competitiva/>

Lloret. (2011). *Federacion de Organizaciones Mundiales*. Recuperado el 11 de 02 de 2020, de Federacion de Organizaciones Mundiales: <https://www.foscr.org/la-sostenibilidad-como-ventaja-competitiva/>

Dourojeanni, A. (2000). *Procedimientos de gestión para el desarrollo sustentable*. Santiago de Chile: Cepal, Eclac

Noboa. (2006). *Federacion de Organizaciones Mundiales*. Recuperado el 11 de 02 de 2020, de Federacion de Organizaciones Mundiales: <https://www.foscr.org/la-sostenibilidad-como-ventaja-competitiva/>

Dether, M. (28 de 11 de 2017). *Pasión por aprender, emprender, innovar y liderar*. Recuperado el 07 de 04 de 2020, de Pasión por aprender, emprender, innovar y liderar: [https://mariodehter.com/aprender/emprendedores-por-necesidad\\_8456/](https://mariodehter.com/aprender/emprendedores-por-necesidad_8456/)

Chaparro, F. (4 de 10 de 2015). *Marketing para Pymes*. Recuperado el 07 de 04 de 2020, de Marketing para Pymes: <https://mercadeoypymes.blogspot.com/2015/10/la-importancia-de-la-diferenciacion.html>

Perez, L. (07 de 08 de 2019). Recuperado el 07 de 04 de 2020, de <https://blogs.unitec.mx/vida-universitaria/emprendedores/la-importancia-de-las-alianzas-estrategicas-entre-empresas>

Campos, O. (17 de 06 de 2011). *Genbeta*. Recuperado el 09 de 04 de 2020, de Genbeta: <https://www.genbeta.com/desarrollo/la-importancia-de-escuchar-al-cliente>

Romero, V. (01 de 06 de 2017). *La importancia de la innovación en los negocios*. Recuperado el 09 de 04 de 2020, de La importancia de la innovación en los negocios: <https://www.ruizhealytimes.com/economia-y-negocios/la-importancia-de-la-innovacion-en-los-negocios>

Morales, K. (06 de 06 de 2016). *Factores que frenan la innovación en su empresa*. Recuperado el 09 de 04 de 2020, de Factores que frenan la innovación en su empresa: <http://www.bloggestiondocumental.com/factores-frenan-la-innovacion-empresa/>

Ongay, J. (08 de 11 de 2017). *Entrepreneur*. Recuperado el 09 de 04 de 2020, de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/304051>

Mazzoli, S. (25 de 04 de 2019). *Emprendedores*. Recuperado el 09 de 04 de 2020, de Emprendedores: <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a76678/plan-de-negocio-restaurante/>


Sisternas, P. (12 de 07 de 2018). *Emprende Pyme*. Recuperado el 09 de 04 de 2020, de Emprende Pyme: <https://www.emprendepyme.net/importancia-de-la-gestion-ambiental-de-la-empresa.html>

Berenguer, L. (05 de 09 de 2019). *La importancia de los medios de comunicación para tu negocio*. Recuperado el 09 de 04 de 2020, de La importancia de los medios de comunicación para tu negocio: <https://canarias-digital.com/importancia-medios-comunicacion-negocio/>

Nava, C. (04 de 06 de 2015). *Emprendices*. Recuperado el 20 de 04 de 2020, de Emprendices: <https://www.emprendices.co/emprendedor-la-importancia-la-publicidad/>

## 8. ANEXOS

Gráfico 12: Formato de Encuesta aplicada a los Gerentes de los emprendimientos

Pontificia Universidad Católica del Ecuador			
Trabajo de Titulación: Factores que dificultan la sostenibilidad de los emprendimientos del sector de picanterías de la ciudad de Chone.			
Objetivo general: Identificar los factores que dificultan la sostenibilidad de los emprendimientos del sector de Picanterías en la ciudad de Chone.			
Estimado emprendedor le agradezco sirva a marcar y en otras a llenar los datos solicitados en el presente cuestionario que servirán para el desarrollo de mi trabajo de investigación			
<b>1. Datos de la empresa</b>			
<b>Razon Social</b>		<b>RUC:</b>	
<b>Nombre del Comercial o Fantasía</b>		<b>RISE:</b>	
<b>Teléfono</b>		<b>Dirección:</b>	
<b>Año de inicio de actividad</b>		<b>Correo Electrónico</b>	
<b>Propietario</b>			
El objetivo de la presente encuesta es determinar los factores que dificultan la sostenibilidad de los emprendimientos del sector de Picantería.			
<b>Factores de Sostenibilidad: Componente Social</b>			
Marque con "X" según corresponda			
1. Motivación para la creación del negocio			
Por Necesidad			
Por Oportunidad			
2. Factores de diferenciación frente a la competencia			
Sazon			
Precio			
Lugar			
Atención a Cliente			
3. Alianzas estratégicas con otras organizaciones/negocios			
Si			
No			
Cuales:			
4. Grado de Influencia de los clientes en las tomas de decisiones.			
Alto			
Medio			
Bajo			
<b>Factores de Sostenibilidad: Componente Innovación</b>			
5. Grado de Importancia de la innovación en su negocio			
Muy Importante			
Importante			
Nada Importante			
6. Factores que dificultan la toma de decisiones en el proceso de innovación			
Costo de Innovación Elevado			
Falta de Fuente de Financiamiento			
Falta de Fondos Propios			
<b>FACTORES DE SOSTENIBILIDAD: COMPONENTE ECONÓMICO</b>			
7. Fuente de financiamiento Inicial			
Propio			
Credito Bancario			
Ambas			
8. Monto de la Inversión Inicial			
Menos de 1000			
Entre 1000 a 5000			
Mas de 5000			
<b>FACTORES DE SOSTENIBILIDAD: COMPONENTE AMBIENTAL</b>			
9. Estrategias de cuidado medio ambiental implementadas.			
Separar la Bausra			
Usar productos que pueden reutilizarse			
Cerrar los grifos correctamente			
Ninguna			
<b>FACTORES DE SOSTENIBILIDAD: COMPONENTE GLOBALIZACIÓN / COMUNICACIÓN</b>			
10. Grado de Importancia de los medios de comunicación en la difusión			
Muy Importante			
Importante			
Nada Importante			
11. Medios de comunicación implementados en la difusión del negocio.			
Redes Sociales		Instagram	
		Whatsaapp	
		Facebook	
Radio		TV	
		Periodico	
		Ninguna	

*Gráfico 13: Infraestructura de la picantería “Encebollados y ceviche de la plazoleta”*



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerentes de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto

*Gráfico 14: Realización de la encuesta al gerente de la picantería “Mi Encebollado La Polla”*



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerentes de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto

*Gráfico 15: Realización de la encuesta a la gerente de la Picantería “El Cangrejal”*



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerentes de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto

*Gráfico 16: Parte interna (Cocina) del local “Encebollados de la 7 de Agosto”*



**Fuente:** Encuesta elaborada a los Gerentes de los emprendimientos de Picanterías.

**Elaboración:** Autora del proyecto