Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Seréis mis testigos

ESMERALDAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARACTERIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS CON CONTRATO DE ARRENDAMIENTO EN EP FLOPEC, MALECÓN LAS PALMAS, ESMERALDAS, ECUADOR

Línea de investigación: EMPRENDIMIENTO

Autor

Nathaly Andrea Mendoza Capelo

Asesor

Mgt. María de Lourdes Solís Murillo

Esmeraldas, Ecuador, marzo 2024

Tribunal de graduación

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el Reglamento de grado de la PUCESE previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas.

_____

Mgt. Cristina Mendoza Macías

Presidente Tribunal de Graduación

_____

Mgt. Cristina Mendoza Macías

Lector 1

_____

Mgt. Freddy Betancourt Aguilar

Lector 2

_____

Coordinadora de carrera

Mgt. Cristina Mendoza Macías

_____

Directora de Tesis

Mgt. Ma. de Lourdes Solís Murillo

Esmeraldas, Ecuador, marzo 2024

Autoría

Yo, MENDOZA CAPELO NATHALY ANDREA portador de la cédula de ciudadanía N° 0850647298, constato y declaro que esta investigación es de mi autoría, respetando todas las fuentes de información, realizando sus respectivas citas pertinentes.

Siendo así que, el contenido de este trabajo de grado es de única responsabilidad legal y académica de la Pontifica Universidad Católica del Ecuador y del autor.

NATHALY ANDREA MENDOZA CAPELO

CC: 0850647298

Certificación del Asesor

Yo, Mgt. María de Lourdes Solís Murillo, en calidad de directora de tesis, cuyo título es "Caracterización de Emprendimientos Gastronómicos con Contrato de Arrendamiento en EP FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador", certifico haber revisado que el trabajo cumple con los requisitos de calidad, originalidad y presentación exigibles y que se han incorporado las sugerencias del Tribunal, al trabajo de grado.

_____

Mgt. María de Lourdes Solís Murillo
DIRECTORA DE TESIS

Dedicatoria

Principalmente agradezco a Dios porque es mi guía y fuente principal de motivación y decisión en cada momento de mi vida. Es el ser supremo que nos guía desde el cielo y nos ayuda a elegir el mejor camino para seguir cumpliendo los objetivos de nuestras vidas.

A mi familia en general porque me brindaron todo su apoyo y siempre estuvieron pendientes de mí y de mis logros.

El mayor reconocimiento se los dedico a mis abuelitos que siempre creyeron en mí y han sacrificado todo por darme lo mejor, este logro es gracias a ellos. Aunque uno de ellos ya está en el cielo, sé que me cuidará y protegerá hasta el último día de mi vida.

Agradezco mi pareja que desde el primer día me demostró su total apoyo, comprensión y amor incondicional en esta hermosa travesía. Gracias por siempre estar a mi lado, enseñándome que con amor y dedicación todo se logra en esta vida.

Agradecimiento

Agradezco a los propietarios de los emprendimientos gastronómicos y trabajadores esmeraldeños que formaron parte de esta investigación, brindando información valiosa para concluir el proyecto de tesis.

Así mismo, agradezco la atención brindada por FLOPEC, porque facilitó la información de los locales de emprendimientos para su debido análisis e investigación.

INDICE DE CONTENIDO

Tribunal de graduación ii

Autoría iii

Certificación del Asesor iv

Dedicatoria v

Agradecimiento vi

RESUMEN x

ABSTRACT xi

INTRODUCCIÓN 1

Formulación y sistematización del problema 3

Problema general 3

Problemas específicos 3

Justificación del problema 3

Objetivo 4

Objetivo general 4

Objetivos Específicos 4

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO 5

Bases teóricas conceptuales 5

Antecedentes 7

Marco legal 12

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA 14

Enfoque de la investigación 14

Alcance de la investigación 14

Diseño de investigación 15

Matriz operacionalización de variables 16

Método de la investigación 17

Técnicas e instrumentos a utilizar 17

Población y muestra 17

Análisis de datos 18

CAPÍTULO III. RESULTADOS 19

Descripción de la muestra 19

Análisis e interpretación de los resultados 20

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN 30

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 33

Conclusiones 33

Recomendaciones 34

REFERENCIAS 35

ANEXOS 39

Anexo 1: Instrumento 39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables 16
Tabla 2 Descripción de la muestra 19
Tabla 3 Establecimiento comercial 20
Tabla 4 Actividad del negocio 20
Tabla 5 Nacionalidad del propietario 21
Tabla 6 Años de funcionamiento 21
Tabla 7 Tamaño del negocio 22
Tabla 8 Número de trabajadores 22
Tabla 9 Ingresos mensuales aproximados 23
Tabla 10 Comportamiento de los ingresos en los últimos dos años 23
Tabla 11 Facturación electrónica 24
Tabla 12 Métodos de seguridad 24
Tabla 13 Objeto de extorsión 25
Tabla 14 Necesidad de cerrar el negocio 25
Tabla 15 Métodos de financiamiento 26
Tabla 17 Estrategias 27
Tabla 18 Promoción 28
Tabla 19 Clientes potenciales 29
Tabla 20 Adaptabilidad para vender en redes sociales 29

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue analizar los emprendimientos gastronómicos con contrato de arrendamiento en FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador en el año 2023, la metodología de investigación tuvo un enfoque cuantitativo porque recopiló datos numéricos, con un alcance descriptivo ya que describen características y aspectos de las dimensiones características, aspectos socioeconómicos y estrategias de sostenibilidad de los emprendimientos gastronómicos; así mismo se realizó mediante un diseño exploratorio y transversal porque se indagó en un tiempo determinado; su vez, esta investigación utilizó el método deductivo porque en base a los resultados obtenidos se realizaron conclusiones. La técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario conformado por 21 preguntas cerradas de Chipantiza (2023) divido en las dimensiones arriba presentadas. La población fue de 16 emprendimientos donde solo participaron cuatro restaurantes que vendían platos típicos de la ciudad, y que además se encontraban atendiendo en esa temporada. Entre los principales resultados se destaca lo siguiente: La mitad de los emprendimientos tienen de cinco a diez años de funcionamientos en el mercado. La mitad de los negocios indican que los ingresos han disminuido, es decir que generan menos $600 al mes y la mayoría de ellos se han adaptado a vender por redes sociales para potenciar sus ventas al máximo; por lo que se concluye que los emprendimientos están en constante cambios y adaptación gracias a las nuevas tendencias que sirven para crear estrategias clave de innovación que les permite sostenerse y ser competitivos ante situaciones adversas como la inseguridad ciudadana que vive el país.

PALABRAS CLAVE: Emprendimientos gastronómicos, Emprendimientos Vulnerables, Mercado, Emprendedores, Características, Estrategias de sostenibilidad, Aspectos socioeconómicos.

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze the gastronomic enterprises with a lease contract in FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador in the year 2023, the research methodology had a quantitative approach because it collected numerical data, with a descriptive scope since they describe characteristics and aspects of the characteristic dimensions, socioeconomic aspects and sustainability strategies of gastronomic ventures; Likewise, it was carried out through an exploratory and transversal design because it was investigated in a certain time; In turn, this research used the deductive method because conclusions were made based on the results obtained. The technique applied was the survey and the instrument was the questionnaire made up of 21 closed questions from Chipantiza (2023) divided into the dimensions presented above. The population was 16 businesses where only four that were serving that season participated. Among the main results, the following stands out: Half of the ventures have been operating in the market for five to ten years. Half of the businesses indicate that income has decreased, that is, they generate less than $600 a month and most of them have adapted to selling through social networks to maximize their sales; Therefore, it is concluded that enterprises are constantly changing and adapting thanks to new trends that serve to create key innovation strategies that allow them to sustain themselves and be competitive in the face of adverse situations such as the citizen insecurity that the country is experiencing.

KEYWORDS: Gastronomic ventures, Vulnerable Entrepreneurs, Market, Entrepreneurs, Characteristics, Sustainability strategies, Socioeconomic aspects.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es toda actividad económica que requiere de recursos humanos, financieros y tecnológicos para iniciar con un proyecto correctamente, lleva a cabo la implementación de varios procesos según el tipo de razón social de la empresa.

Según Zamora (2017) señala que:

> En Ecuador, los emprendimientos están orientados hacia actividades comerciales, fabricación de bienes y nuevos servicios destinados a la venta y comercialización en el mercado local y nacional. El propósito principal de crear nuevas ideas de empresas es aprovechar las oportunidades de negocio que ayuden a incrementar los ingresos, la independencia económica y la satisfacción de necesidades. (p. 3)

Los emprendimientos vulnerables se caracterizan por enfrentar grandes limitaciones internas y externas, tienden a ser emprendimientos con pocos recursos humanos, tecnológicos, sociales y financieros. Además, estos negocios carecen estrategias claves para aprovechar oportunidades que se presentan el mercado, lo que incide en que se cree una barrera limitante en alcanzar sus objetivos y crecimiento dentro del mercado meta.

Varias investigaciones, expresa que "Ecuador es un país megadiverso, con gran variedad de paisajes, fauna, etnias y costumbres. Ofrece diversas playas y lugares turísticos para que sus visitantes puedan disfrutar de nuevas experiencias con sus seres queridos" (Lara, 2019, p. 2).

Los emprendimientos gastronómicos son todos aquellos negocios relacionados a la preparación de comida, platos típicos, cafeterías, restaurantes, etc. En la provincia de Esmeraldas lo que más destaca son sus emblemáticos platos de marisco que son muy apetecidos por sus visitantes y turistas que llegan a disfrutar de sus vacaciones y tiempos libres en esta hermosa provincia verde.

Esmeraldas es una ciudad que tiene mucho potencial y se observa diferentes obras que han permitido aportar en el desarrollo y crecimiento turístico de la provincia verde.

> En el año 2015, comenzó el proyecto de construcción y regeneración del balneario Las Palmas. Fue una obra que generó gran cambio en la infraestructura y espacio recreativo que cubre aproximadamente ocho hectáreas. También se implementaron las nuevas oficinas de FLOPEC y a su vez brindan a los dueños

> de negocios la facilidad de trabajar en un local con mejores condiciones para que sus clientes pueden disfrutar de una vista directa espectacular. (Lara, 2019, p. 3)

Empresa Pública Flota Petrolera Ecuatoriana (s/f) señala que:

> A partir de la apertura oficial del Malecón Playa las Palmas el 26 de mayo de 2016, FLOPEC, asumió con mucha responsabilidad el mantenimiento de la infraestructura y espacios recreativos de este lugar y a su vez, aporto significativamente a la economía y fomento el turismo en el cantón Esmeraldas. (p. 1)

Por otra parte, Vásquez (2017) indica que:

> FLOPEC es una empresa pública que se encarga de llevar a cabo los proyectos de inversión en temas de infraestructura, y que ha beneficiado a la población esmeraldeña, brindado espacios físicos, locales en buen estado para los emprendimientos ubicados en el Malecón Las Palmas, de la misma manera estas acciones aportan a la dinamización de la economía, así como también mejora la calidad de vida de los esmeraldeños ya que se ha convertido en un lugar turístico. (p. 5)

Gracias a las inversiones por empresas públicas y creaciones de nuevas infraestructuras permitieron que la provincia de Esmeraldas tenga más oportunidades de trabajo y desarrollo, haciendo de las palmas un lugar más agradable y llamativo para la comunidad esmeraldeña y turistas visitantes.

Los proyectos en áreas como el malecón Las Palmas promovieron la iniciativa de impulsar las capacidades productivas del territorio, a través de la construcción e implementación colectiva con el sector público se potencio un modelo de desarrollo económico territorial inclusivo y sostenible, el cual fomenta la productividad y progreso en el desarrollo económico territorial con la finalidad de contribuir a la generación de empleos e ingresos en la provincia.

Hace tiempo atrás el balneario Las Palmas estaba en total descuido en temas de infraestructura de modo que sus espacios de recreación poco aprovechados debido a que no había una buena planificación de reactivación económica para incrementar las visitas de turistas y ventas de sus productos. Es aquí donde aparece FLOPEC el cual es una empresa pública que hizo una inversión para mejorar las instalaciones e infraestructura

de este lugar. Si se percibe de manera positiva, esta empresa habilitó espacios más amplios para que los emprendedores tengan un mejor lugar para seguir con sus actividades económicas, por otro lado, actualmente tenemos varios casos de emprendedores que ven esto como una barrera debido a que los costos de alquiler son elevados.

Formulación y sistematización del problema

Problema general

¿Cómo son los emprendimientos gastronómicos con contrato de arrendamiento en FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador en el año 2023?

Problemas específicos

¿Qué características tienen los emprendimientos gastronómicos con contrato de arrendamiento en FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador en el año 2023?

¿Qué aspectos socioeconómicos tienen los emprendimientos gastronómicos con contrato de arrendamiento en FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador en el año 2023?

¿Qué estrategias de sostenibilidad tienen los emprendimientos gastronómicos con contrato de arrendamiento en FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador en el año 2023?

Justificación del problema

El estudio busca contribuir con datos reales sobre los emprendimientos gastronómicos con contrato de arrendamiento en FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador en el año 2023. Por lo cual se analizaron variables como las características, aspectos socioeconómicos y las estrategias de sostenibilidad para estos tipos de negocios vulnerables.

En esta investigación fue necesario identificar por qué los emprendimientos gastronómicos tienden a ser vulnerables y cuáles son esos factores o aspectos internos y externos que le impiden crecer y posicionarse en mercado. Sin embargo, es importante reconocer que los emprendimientos son una fuente principal de ingreso en la provincia de Esmeraldas. Los emprendimientos gastronómicos impulsan el turismo debido a que

muchos turistas visitan las playas y lugares emblemáticos haciendo de esta ciudad un lugar turístico y gastronómico.

Este estudio es novedoso porque presenta datos cuantitativos acerca de los emprendimientos gastronómicos vulnerables, dichos resultados permiten tener información veraz para facilitar la comprensión y análisis de los datos obtenidos, por esta razón se considera importante identificar los motivos por la cual los emprendimientos gastronómicos tienden a tener limitaciones y se vuelven vulnerables a los diferentes cambios que se presenten para su negocio.

El estudio es importante porque aporta a la investigación académica, principalmente en la línea de investigación de la carrera de "Administración de Empresas" que es el emprendimiento, ya que sus resultados generarán información con la cual se pueda realizar intervenciones de mejora a futuro.

Objetivo

Objetivo general

Analizar los emprendimientos gastronómicos con contrato de arrendamiento en FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador en el año 2023.

Objetivos Específicos

- Identificar las características de los emprendimientos gastronómicos con contrato de arrendamiento en FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador en el año 2023.
- Describir los aspectos socioeconómicos de los emprendimientos gastronómicos con contrato de arrendamiento en FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador en el año 2023.
- Establecer estrategias de sostenibilidad para los emprendimientos gastronómicos con contrato de arrendamiento en FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador en el año 2023.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

Bases teóricas conceptuales

El concepto de emprendimiento ha venido evolucionando a lo largo de su historia el cual ha logrado tener gran impacto en el ámbito comercial debido a que el mecanismo utilizado para pequeños y grandes emprendedores han permitido generar grandes oportunidades de relaciones laborales y comerciales para la sociedad, sin embargo, se evidencia varios casos en donde existen factores externos y adversos a la empresa impiden el desarrollo y crecimiento de este.

Según Palacios et al. (2020) señala que:

> Las actividades comerciales realizadas por entidades públicas y privadas han permitido generar grandes avances tecnológicos y desarrollo en la economía del país. En las últimas décadas se observa que los seres humanos han dejado de ser conformistas y se han centrado en ser competitivos en el mercado, lo cual ha permitido incrementar los niveles de productividad e innovación. (p. 3)

Los emprendimientos son una gran oportunidad para innovar, crear ideas y proyectarlas en algo real, se consideran como una fuente principal de la economía del país. Fomenta la innovación mediante herramientas tecnológicas. Debido a estos negocios se ha logrado resolver los problemas sociales y satisfacer las necesidades de los clientes, en otros casos hay empresas que aplican normas ISO respecto al medio ambiente y han dejado un aporte significativo a la sociedad en cuanto a la solución de sus problemas y cuidado del medio ambiente.

Por otro parte (Lozada et al.,2021) indica que:

> Los emprendimientos son todas aquellas actividades comerciales que ayuda a incrementar la productividad en diferentes ámbitos: económicos, tecnológicos, sociales y culturales. Brindan fuentes de empleos a millones de familias, a su vez se crean emprendimientos con nuevas ideas innovadoras que llaman la atención de turistas. (p.1)

Actualmente emprender conlleva crear un plan de investigación respecto al mercado al que se quiere posicionar, cuando se tiene claro lo que se desea y se aprende a identificar

las necesidades más significativas para los usuarios se puede crear un emprendimiento rentable, es decir que el producto que oferte tenga aceptación en el mercado y sea rentable no solo por un momento, sino que genere estabilidad a futuro.

Continuando con la investigación de Lozada et al. (2021) menciona que: "Desde una perspectiva económica la palabra emprender es satisfacer necesidades generando valor, a través de la creación de una actividad económica, en donde se debe adaptar a un mercado cambiante" (p.1).

El proceso de crear valor es uno de los factores más importantes, debido a que se pretende brindar lo mejor en servicio y producto, no solo para satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores, sino que se desea crear nuevas experiencias para los usuarios.

Según Zamora (2017) especifica que:

> El mercado ofrece una gama de productos y servicios que permiten un incrementar el dinamismo emprendedor con grandes industrias proveedoras de materia prima, aumentando la competitividad en los mercados y la innovación dando paso al crecimiento de la economía. (p. 3)

El emprendimiento implica tomar decisiones favorables, es decir que se trata ofertar un producto o servicio que en realidad sea demandado por el mercado, no se trata de saturar el mercado con lo mismo, se busca ser innovador, crear nuevas ideas y vender siendo el mejor en el mercado.

Por otra parte, Alarcón (2020), citado por (López y Ordoñez, 2022) señala que "la sostenibilidad se define como la habilidad que tienen las organizaciones o entidades para gestionar sus actividades de manera socialmente responsable de acuerdo con las normas establecidas en su país" Es importante mencionar que las estrategias sostenibles implica tomar decisiones adecuadas en relación a diversos factores ambientales y sociales, con la finalidad de crear valor a largo plazo tanto para la empresa como para la sociedad.

Las estrategias son ideas claves para lograr más fácilmente los objetivos. En cuanto a ello también existen estrategias de sostenibilidad que se crean con el objetivo de direccionar las actividades al logro de metas. Son lineamientos y características que ayudan a equilibrar las operaciones de las empresas.

Antecedentes

A continuación, se presentan algunas investigaciones que tienen relación al presente estudio y que sirvieron como base de antecedentes. Del mismo modo, se presentan de manera clara y precisa sus objetivos y resultados.

En la investigación de Lara (2019) tuvo como objetivo establecer cuál ha sido el impacto económico que han tenido los emprendimientos gastronómicos con la implementación del malecón Las Palmas en la ciudad de Esmeraldas, por lo cual se utilizó un tipo de estudio mixto (cuantitativo-cualitativo) en donde se aplicó el método de análisis y síntesis, las técnica fue la encuesta dirigida a 12 emprendedores del sector y a los turistas del lugar, la entrevista fue aplicada al Director Municipal de Turismo del GAD Esmeraldas.

Según los resultados obtenidos se concluyó que la remodelación del balneario fue un proyecto que llamó la atención de los turistas y abrió las puertas a nuevos emprendimientos en este lugar. La demanda de productos y servicios fue incrementando gracias a la inversión pública que se realizó en Las Palmas. Fue una fuente de empleo para la comunidad esmeraldeña y para los extranjeros haciendo del malecón un lugar lleno de emprendimientos gastronómicos.

Por otra parte, en Ecuador provincia de Esmeraldas, el estudio de García et. al, (2018) tuvo como objetivo identificar las principales barreras que impiden el uso correcto de herramientas contables dentro de los emprendimientos (comerciales y artesanales) vulnerables de producción que están establecidos en la provincia de Esmeraldas, el cual se utilizó el método analítico observacional que permitió analizar a los emprendedores, en donde

Como resultados se logró identificar que el 62.5% eran personas con estudio de bachillerato, 25% con educación primaria, el 12.5% poseían un título de tercer nivel y la falta de conocimiento dentro del uso de herramientas contables presentaban inconvenientes dentro del crecimiento de los negocios.

Así mismo, el estudio llevado a cabo por Benites (2017) identificó las características de los emprendimientos esmeraldeños en el periodo 2015 al 2016, la población estuvo conformada por 1360 emprendimientos y la muestra utilizada fue de 300 negocios urbanos, de manera que se logró reconocer variables como el nivel de educación, género,

nivel de ingresos y las dificultades enfrentadas en sus emprendimientos. El estudio aplicó una metodología con enfoque descriptivo comparativo. Utilizando la técnica de encuesta. Aplicando un instrumento de cuestionario.

Los resultados determinaron que el principal problema que poseen los negocios esmeraldeños es la falta de apoyo económico y el acceso a la tecnología en conjunto con bases administrativas y contables que permiten la transparencia en los procesos donde se presenten sus ingresos, egresos y ganancias para así poder invertir y crecer más empresarialmente.

Por otro lado, en la investigación realizada en la Universidad Tecnológica Israel, Perlaza (2022) determinó el impacto económico causado por la pandemia COVID-19 en los locales comerciales ubicados en el balneario "Las Palmas" de la ciudad y provincia de Esmeraldas, el cual utilizó métodos cualitativos y cuantitativos. Las técnicas aplicadas fueron las entrevistas que fueron dirigidas a los propietarios de los comercios para identificar el impacto que sufrieron con la pandemia, y por otro lado están las encuestas cerradas que fueron clave para obtener información más específica. La población estuvo compuesta por 20 PYMES del sector turístico de investigación.

Los principales resultados arrojan que las pequeñas empresas ubicadas en el sector del malecón pasaron por momentos difícil, debido a que fue un cambio repentino donde se hizo complicado seguir con sus negocios físicos, dejando como consecuencia grandes pérdidas económicas y crisis no solo en Esmeraldas sino a nivel de Latinoamérica. Sin embargo, las personas de nuestro alrededor poco a poco fueron adaptándose a este cambio, y gracias a esto las redes sociales se volvieron una gran fuente de comercio donde muchos empresarios y dueños de negocios implementaron nuevas herramientas y técnicas para seguir en el mercado, haciendo uso de las entregas a domicilio para satisfacer las necesidades que tenían los clientes.

El estudio realizado por Vásquez (2017) tuvo como finalidad analizar las percepciones locales ante el desarrollo de la infraestructura pública en el sector urbano Las Palmas. Para el desarrollo de esta investigación se utilizaron métodos deductivos e inductivos mediante la aplicación de técnicas cualitativas y cuantitativas como la encuesta que fue dirigida a los visitantes del sector y las entrevistas para los microempresarios y a la administración del malecón.

Como principales resultados destaca que el 68% de los visitantes se encuentra totalmente satisfechos gracias al desarrollo de la infraestructura pública en el malecón de Las Palmas, por otra parte, tenemos un 15% de población que se encuentran satisfechos, un 13% está mediamente satisfechos y un 1% de individuos se encuentran insatisfechos, puesto que indicaron que se pueden realizar más atractivos en el malecón. Sin duda alguna la creación de una infraestructura pública como lo es FLOPEC, ha permitido un gran avance y crecimiento turístico y gastronómico en el sector de Las palmas, debido a que se pueden realizar diferentes actividades recreativas con el medio ambiente y les da la oportunidad a los microempresarios que puedan tener un local físico y establecido para ofertar sus productos y servicios.

La investigación de García (2018) planteó un análisis de la influencia económica de FLOPEC en el sector Las Palmas de Esmeraldas. El estudio hizo uso de técnicas cualitativas y cuantitativas, se aplicaron métodos inductivos, analíticos y sintéticos. La población fue de 21 negocios alrededor de FLOPEC, hoteles y otros negocios aledaños. Se aplicaron entrevistas a funcionarios de FLOPEC y del departamento de turismo del Municipio de la ciudad de Esmeraldas, finalmente las encuestas que fueron dirigidas a la ciudadanía, empresarios y visitantes.

Los resultados indican que cuando se instaló FLOPEC en la ciudad de Esmeraldas muchos negocios tuvieron que salir y otros mediante un convenio con esta empresa accedieron a quedarse ahí con la diferencia que se debía pagar alquiler, y el 41% de la población menciona que sus emprendimientos generan ganancias, pero no al mismo nivel que antes, el 36% menciona que sus ganancias cubren los costos de alquiler, pago de personal, entre otros gastos, pero no hay ganancias significativas. El 86% de los encuestados no están conformes con los altos costos de arriendo en el malecón de Las Palmas, ante este hecho que inicio como un plan para reactivar la economía en la ciudad de Esmeraldas.

De acuerdo con la investigación de Wila (2018) planteó un análisis de las potencialidades turísticas para la aplicación de nuevas actividades recreativas en el balneario las palmas en la ciudad de Esmeraldas, aplicando un tipo de investigación aplicada mixta con un alcance descriptivo, haciendo uso de técnicas como la entrevista estructurada como una guía obtenida por el gerente general de FLOPEC y la encuesta dirigida a los turistas del

malecón Las Palmas. Su población fue de 200 personas que se encontraban alrededor de la playa.

Los resultados indican que los visitantes que tienen mayor representatividad son los de la costa con un 53% y un 34% los turistas de la región sierra, esto nos indica que es un lugar agradable para pasar en familia, amigos que visitan el malecón de Las Palmas. El 27% de los encuestados mencionaron que la playa es un excelente lugar para liberar niveles de estrés, porque es recreativo y hay diferentes actividades tanto deportivas como gastronómicas para pasar un momento con nuestros seres queridos.

El estudio realizado por Chipantiza (2023) tuvo como objetivo identificar características, aspectos socioeconómicos y estrategias de sostenibilidad de los emprendimientos vulnerables de la ciudad de Esmeraldas en el periodo 2021-2022. El enfoque de esta investigación fue de cuantitativo porque era esencial obtener datos numéricos, utilizó la técnica de la encuesta, el instrumento fue el cuestionario, su población estaba conformado por 248 emprendedores de la ciudad.

Entre sus resultados principales destaca que los dueños de los negocios realizan cambios en sus infraestructuras para captar la atención de clientes potenciales y a su vez brindar un mejor servicio a sus clientes. Varios emprendimientos tuvieron que realizar préstamos a entidades bancarias para lograr cumplir sus objetivos de innovación en sus negocios, sin embargo, existen barreras que impiden solventar las dificultades para cumplir con todos sus gastos, ya que actualmente sus ingresos para pequeñas empresas son de aproximadamente $800 en comparación con empresas grandes que generan ingresos más altos.

Según la investigación realizada en la Universidad Regional Autónoma de los Andes, en la ciudad de Ambato, Guala (2015) realizó un estudio de factibilidad para crear emprendimientos gastronómicos en el centro histórico de la ciudad de Latacunga que permita el desarrollo social y económico de este cantón. La metodología aplicada fue cualitativa y cuantitativa, el tipo de investigación fue bibliográfica y de campo, dirigida a una población de 260 personas para la obtención de los resultados de este trabajo.

Los principales resultados indican el cantón de Latacunga necesita emprendimientos gastronómicos como los que se mencionan a continuación, el 48% de la población prefieren emprendimientos de carnes, el 32% tipo Buffet y el 10% prefiere los restaurantes temáticos. Sin embargo, las personas encuestadas indicaron que las

características al momento de adquirir una comida en estos emprendimientos son importantes en este caso eligieron la calidad y servicio con el 61% de representatividad y el precio con el 22%. En conclusión, esta investigación permitió conocer que si es factible la creación de emprendimientos gastronómicos en la ciudad de Ambato.

Por otra parte, en la investigación de Páez y García (2011) se evidenció que su principal objetivo fue identificar las características psicológicas de los actuales y futuros usuarios de la Unidad de Emprendimiento Empresarial. El estudio aplicó una metodología con enfoque exploratorio. Utilizando la técnica de la encuesta. Aplicando un instrumento de cuestionario a una población conformado por 376 estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y usuarios de la Unidad considerados como emprendedores.

Mediante esta investigación los estudiantes identificaron tres características de una persona emprendedora: adecuados y positivos autoesquemas, interés y capacidad para liderar grupos, visión de meta y rasgos propios de la creatividad. A su vez, este estudio buscó crear un entorno motivador para construir una cultura emprendedora y facilitar la convivencia entre los miembros de esta unidad.

Según la investigación de López (2014) su propósito radicó en evaluar las características distintivas de los emprendedores para analizar el impacto de personalidad, comportamiento y el manejo del entorno. El estudio aplicó una metodología con enfoque cualitativo. Utilizando la técnica de la encuesta. Aplicando un instrumento del cuestionario, el cual fue dirigido a una población conformado por estudiantes universitarios de España, Irlanda y Polonia.

En este estudio, se destaca la pasión de emprender que poseen las personas al tratar de abrirse a un camino empresarial, en donde su principal fuente de apoyo es su creatividad de crear ideas innovadoras para aprovechar al máximo las oportunidades del mercado.

Así mismo, García et. al, (2007) mediante la investigación exploratoria, llevaron a cabo un estudio que tuvo como objetivo manifestar que los emprendedores de éxito tienen características que son primordiales a la hora de establecer una empresa. El estudio aplicó una metodología con enfoque cuantitativo. Utilizando la técnica de la encuesta. Aplicando un instrumento de cuestionario a una población conformada por 30 emprendedores.

Los resultados del estudio indican que los más y menos emprendedores muestran ausencia de formación de tipo superior, tienen una mentalidad muy local y crear limitaciones para llegar más allá de un mercado local. Así mismo se llegó a la conclusión que los emprendimientos surgen según las necesidades de la sociedad

Marco legal

A continuación, se presentan las bases legales que deben ser tomadas en consideración en una investigación. Además, es necesario conocer acerca de las leyes o entes que regulan estos emprendimientos gastronómicos. De acuerdo con Gracia (2018) establece que:

> Las bases legales son leyes, normas y disposiciones que regulan y rigen todas las actividades a nivel nacional, regional o local. Las entidades, organizaciones y emprendimientos deben regirse bajo estándares de regulación que garantice la transparencia en todas sus operaciones comerciales. (p. 14)

La Constitución de la Republica del Ecuador (2008) en el art. 33 señala que el estado garantizará que todos los trabajadores deberán ser tratados con absoluto respeto a su dignidad, remuneraciones y retribuciones justas, oportunidad de realizar un trabajo saludable de acuerdo con sus habilidades en donde tendrá la libertad de aceptar o no el puesto de trabajo. Del mismo modo en el art. 325 expresa que el estado asegurará el derecho al trabajo. Serán reconocidas todas las formas de trabajo en relación de dependencia o autónomas y se considerarán como actores productivos todas aquellas personas que aporten a la sociedad.

De acuerdo con la Ley Orgánica de Empresas Públicas (2009) en el art. 2 menciona que la prioriza el hecho de fomentar el desarrollo integral, sustentable, descentralizado y desconcentrado del Estado, contribuyendo a la satisfacción de las necesidades básicas de sus habitantes, a la utilización racional de los recursos naturales, a la reactivación y desarrollo del aparato productivo y a la prestación eficiente de servicios públicos con equidad social.

Según la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020) en el art. 5 menciona que el estado deberá cumplir con obligaciones para garantizar el desarrollo de los emprendimientos y la innovación. La principal obligación del estado es que encargará de brindar políticas que permitan llevar un proceso comercial legal y transparente. A su vez,

en el art. 18 establece que algunos objetivos específicos que se deben tener en cuenta al momento de crear un emprendimiento: Potenciar habilidades, destrezas y capacidades que son esenciales para emprender con éxito. Promover la educación financiera para empleados y trabajadores de las entidades. Fomentar una cultura de ahorro e inversión.

Por otra parte, el Régimen simplificado para emprendedores y negocios populares (2021) señala que se consideran “Emprendedores” todos aquellas personas naturales y jurídicas con ingresos brutos anuales de hasta USD 300.000 al 31 de diciembre del año anterior, del mismo modo está dirigido a las personas naturales con ingresos brutos anuales de hasta USD 20.000 al 31 de diciembre del año anterior las cuales se las determinarán como “Negocios populares”. Estas clasificaciones están sujetas legalmente a justificar sus ingresos mediante la rendición de cuentas al SRI.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

El estudio se realizó en la zona norte de la ciudad Esmeraldas, provincia Esmeraldas, país Ecuador, el cual tiene una extensión de 16.132 km^2. Está conformada por siete cantones en zonas rurales y urbanas. Su clima es cálido y húmedo por lo cual es conocido por sus hermosas playas y algunos la llaman la provincia verde.

Según datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) se refleja que Esmeraldas cuenta con una población de 534.092 habitantes en donde 262.780 son mujeres y 271.312 son hombres. Es una población económicamente activa donde 25,6% trabaja por cuenta propia.

La investigación se enfocó en los emprendimientos gastronómicos con contrato de arrendamiento en FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador en el año 2023. El 26 de mayo del 2016 se inauguró el Malecón en donde la Empresa Pública Flota Petrolera Ecuatoriana (FLOPEC), asumió la responsabilidad de dar mantenimiento a este lugar, dándoles la oportunidad a varios emprendedores a tener un local seguro para su venta de comidas gastronómicas.

Enfoque de la investigación

Según varios enfoques de investigación, "La investigación cuantitativa es aquella donde se recogen y analizan datos cuantitativos, por su parte la cualitativa evita la cuantificación; sin embargo, los registros se realizan mediante la narración, la observación participante y las entrevistas no estructuradas" (Cadena et al., 2017, p. 5).

El enfoque de esta investigación fue cuantitativo, porque se aplicaron encuestas para obtener datos de análisis matemático y estadísticos, de manera identificar las Características de los Emprendimientos Gastronómicos con Contrato de Arrendamiento en FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador en el año 2023.

Alcance de la investigación

Nicomedes (2018) señala que:

> Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. El investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, que se medirá (que

conceptos, variables, componentes, etc.) y sobre que o quienes se recolectaran los datos (personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos, etc.). (p. 2)

La investigación es descriptiva porque se describieron las características de los emprendimientos gastronómicos, además es un método que permite obtener datos más precisos sobre un tema en particular.

Diseño de investigación

El estudio fue de tipo exploratoria, que como lo expresa Morales (2015) indica que: "La investigación exploratoria consiste en proveer una referencia general de la temática, a menudo desconocida, presente en la investigación a realizar" (p. 1).

Por lo tanto, el estudio aborda una temática poco conocida, si bien es cierto que investigar sobre emprendimiento no es nuevo, sin embargo; el contexto del propietario de los locales en donde se ubican los emprendimientos y los factores de vulnerabilidad que atraviesa el país y la provincia, hace que se considere nuevo.

También se utilizó el tipo de investigación transversal que según Huaire (2019) expresa que este tipo de investigación se encarga de recolectar datos en un tiempo determinado y único, con el propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento especifico; con ello este estudio aplicó una única vez el instrumento a los emprendedores y con los resultados recogidos, presentar las conclusiones del estudio.

Matriz operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Emprendimientos vulnerables	Los emprendimientos vulnerables se manifiestan mediante las iniciativas determinadas por la necesidad económica de la sociedad o entorno (Gónzalez, 2012).	Identificar las características de los emprendimientos vulnerables gastronómicos situados en los locales de FLOPEC Malecón Las Palmas.	Características	Ubicación geográfica Establecimiento Comercial Nacionalidad Tiempo de funcionamiento	
		Describir los aspectos socioeconómicos de los emprendimientos vulnerables gastronómicos situados en los locales de FLOPEC Malecón Las Palmas.	Aspectos socioeconómicos	Seguridad Presión externa Intimidación social Financiamiento Educación Apoyo social	Cuestionario (Chipantiza, 2023)
		Establecer estrategias de sostenibilidad para emprendimientos vulnerables gastronómicos situados en los locales de FLOPEC Malecón Las Palmas.	Estrategias de sostenibilidad	Imagen Promoción Clientes potenciales	

Método de la investigación

El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro de las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera (Porto & Merino, 2021).

Esta investigación utilizó el método deductivo, ya que fue necesario llevar a una conclusión según la información que se obtenga mediante la aplicación de las encuestas. Será fundamental indagar con los emprendedores de los locales gastronómicos de FLOPEC para conocer sus inconvenientes internos y externos que pueden afectar su funcionamiento.

Técnicas e instrumentos a utilizar

La técnica utilizada en la presente investigación fue la encuesta y el instrumento fue un cuestionario con 21 preguntas cerradas, el cual se aplicó a cuatro emprendimientos vulnerables gastronómicos ubicados en el malecón Las Palmas. Se trabajó con el instrumento elaborado por Chipantiza (2023) el cual tiene un alto nivel de confiabilidad y validez porque fue demostrada en investigaciones anteriores. Actualmente es validado por la Universidad Católica Sede Esmeraldas, por ende, es parte fundamental de esta investigación y se adaptará al tema de estudio que se está realizando.

El instrumento está dividido en tres dimensiones: Identificar características, Aspectos socioeconómicos y Estrategias de sostenibilidad. Las cuales permitieron recabar datos agrupados para su debida interpretación.

Población y muestra

La población estuvo conformada por 16 emprendimientos gastronómicos con contrato de arrendamiento en FLOPEC, del mismo modo fue apropiado tomar como muestra de estudio a cuatro restaurantes que vendían platos típicos de la ciudad ya que los otros entre sus ofertas tenían la venta de cocteles, bocaditos y dulces.

Fue necesario aplicar la muestra debido a que no todos los emprendimientos se dedican al mismo giro de la investigación.

Análisis de datos

Para realizar el análisis de los datos, en primer lugar se creó la encuesta digital por medio de Google froms, el cual permitió enviar un enlace de esta encuesta que fue dirigida a los propietarios de los emprendimientos gastronómicos ubicado en el malecón Las Palmas que tienen convenio con FLOPEC. Fue necesario pedir la autorización a los encuestados para la recolección de la información. Finalmente, se envió el enlace por medios digitales como WhatsApp o correos electrónicos para que los dueños de los negocios dieran el consentimiento de aplicar esta técnica y a su vez facilitar la información pertinente en dicha encuesta.

La información obtenida mediante la aplicación de la encuesta a los emprendedores fue recopilada por la aplicación de Google froms el cual facilita una opción para descargar un documento Excel para conocer las respuestas de los encuestados. Una vez que se tuvo listo el documento se procedió a analizarlo porcentualmente para una mejor comprensión de los resultados, así mismo se presentó gráficamente para facilitar su interpretación con ayuda de Microsoft Excel y Word.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Descripción de la muestra

A continuación, se presenta la Tabla 2, sobre la descripción de la muestra. Se evidenció que los emprendimientos gastronómicos en su mayoría están conformados por el 75% en el género femenino. En cuanto a la edad de los emprendedores está en el rango de 29 a 38 años con el 50%. Además, el 75% de los emprendedores tienen estudios de nivel de bachillerato.

Tabla 2

Descripción de la muestra

Detalle	**Porcentaje**
Género	
Masculino	25%
Femenino	**75%**
Edad	
De 18 a 28 años	25%
De 29 a 38 años	**50%**
Más de 62 años	25%
Estudios culminados	
Nivel de bachillerato	**75%**
Cuarto nivel (Maestría)	25%

Análisis e interpretación de los resultados

3.1 Características de los emprendimientos gastronómicos

A través de la investigación realizada a cuatro emprendimientos gastronómicos, se logró evidenciar algunas variables que permitieron recabar información valiosa para determinar el motivo por el cual tienden a ser emprendimientos vulnerables.

3.1.1 Establecimiento comercial

De acuerdo con la investigación, se evidenció que el 100% de los emprendimientos gastronómicos son arrendados. A continuación, se detallan los resultados en la Tabla 3:

Tabla 3

Establecimiento comercial

Detalle	Número	Porcentaje
Propio	0	0%
Alquiler	4	100%
Total	**4**	**100%**

3.1.2 Actividad del negocio

Según los resultados de la investigación acerca de la actividad del negocio, en la siguiente Tabla 4 se observó que el 75% de los negocios tienen una actividad comercial y el 25% una actividad artesanal y comercial.

Tabla 4

Actividad del negocio

Detalle	Número	Porcentaje
Artesanal	0	0%
Comercial	3	75%
Ambos	1	25%
Total	**4**	**100%**

3.1.3 Nacionalidad del propietario

Según los datos obtenidos sobre la nacionalidad de los propietarios de los negocios, en la siguiente Tabla 5 se evidenció que el 75% pertenece a una nacionalidad ecuatoriana y el 25% es de nacionalidad colombiana.

Tabla 5

Nacionalidad del propietario

Detalle	**Número**	**Porcentaje**
Ecuatoriano	3	75%
Colombiano	1	25%
Peruano	0	0%
Total	**4**	**100%**

3.1.4 Años de funcionamiento

En cuanto a los años de funcionamiento del negocio, en la siguiente Tabla 6 se observó que el 50% de los emprendimientos gastronómicos aproximadamente tienen entre cinco a diez años en el mercado.

Tabla 6

Años de funcionamiento

Detalle	**Número**	**Porcentaje**
1 a 5 años	0	0%
5 a 10 años	2	50%
10 a 15 años	1	25%
Más de 15 años	1	25%
Total	**4**	**100%**

3.1.5 Tamaño del negocio

Mediante la información obtenida y representada en la Tabla 7, respecto a la variable tamaño del negocio, se determinó que el 75% de los emprendimientos se clasifican como medianos y el 25% como negocios grandes.

Tabla 7

Tamaño del negocio

Detalle	**Número**	**Porcentaje**
Grande	1	25%
Mediano	3	75%
Pequeño	0	0%
Total	**4**	**100%**

3.1.6 Número de trabajadores

Según los resultados obtenidos en la siguiente Tabla 8, respecto a la variable número de trabajadores, se evidenció que el 100% de los emprendimientos tienen más de cuatro empleados.

Tabla 8

Número de trabajadores

Detalle	**Número**	**Porcentaje**
1 a 2	0	0%
2 a 4	0	0%
Más de 4	4	100%
Total	**4**	**100%**

3.1.7 Ingresos mensuales aproximados

De acuerdo con los datos recabados, en la siguiente Tabla 9 se observó que el 50% de los emprendedores perciben un ingreso mensual menos de $600 y el otro 50% percibe un ingreso de $600 a $800 aproximadamente.

Tabla 9

Ingresos mensuales aproximados

Detalle	Número	Porcentaje
Menos de $600	2	50%
$600 a $800	2	50%
$800 a $1000	0	0%
$1000 a $1200	0	0%
Más de $1200	0	0%
Total	**4**	**100%**

3.1.8 Comportamiento de los ingresos en los últimos dos años

Según los datos obtenidos en la investigación, se evidenció que el 100% de los emprendedores indican que los ingresos en los dos últimos años han disminuido en su totalidad, tal como se refleja en la Tabla 10:

Tabla 10

Comportamiento de los ingresos en los últimos dos años

Detalle	Número	Porcentaje
Han aumentado	0	0%
Han disminuido	4	100%
Se han mantenido igual	0	0%
Total	**4**	**100%**

3.1.9 Facturación electrónica

Según los resultados en la investigación, se evidenció que el 50% de los emprendedores si realizan facturación electrónica y el otro 50% aun no usa este método. A continuación, se detallan los resultados en la Tabla 11:

Tabla 11

Facturación electrónica

Detalle	Número	Porcentaje
Si	2	50%
No	2	50%
Total	**4**	**100%**

3.2 Aspectos socioeconómicos de los emprendimientos gastronómicos que tienen contrato de arrendamiento en FLOPEC

3.2.1 Métodos de seguridad

Mediante la investigación, se evidenció que el 75% de los emprendedores usan cámaras como método de seguridad, por otro lado, el 25% utiliza cámaras y guardias en sus locales. Los resultados se detallan a continuación en la Tabla 12:

Tabla 12

Métodos de seguridad

Detalle	Número	Porcentaje
Cámaras	3	75%
Guardias	0	0%
Ambas	1	25%
Ninguno	0	0%
Total	**4**	**100%**

3.2.2 Objeto de extorsión

Según los datos obtenidos en la investigación, en la siguiente Tabla 13 se refleja que el 75% de los locales no han sido objeto de extorsión y el 25% indicó que sí.

Tabla 13

Objeto de extorsión

Detalle	Número	Porcentaje
Si	1	25%
No	3	75%
Total	**4**	**100%**

3.2.3 Necesidad de los propietarios de cerrar el negocio

Según la información recabada, en cuanto a la necesidad que tienen los propietarios de cerrar sus negocios, se observó que el 75% si ha pensado en cerrar y el 25% aún no. A continuación, se detallan los resultados en la Tabla 14:

Tabla 14

Necesidad de cerrar el negocio

Detalle	Número	Porcentaje
Si	3	75%
No	1	25%
Total	**4**	**100%**

3.2.4 Método de financiamiento

Según los resultados de la Tabla 15, de acuerdo con los métodos de financiamiento, se observó que el 75% de los emprendedores usan ahorros internos y el 25% decide ir por prestamistas informales.

Tabla 15

Métodos de financiamiento

Detalle	Número	Porcentaje
Crédito bancario	0	0%
Cooperativas	0	0%
Prestamista informal	1	25%
Ahorros internos	3	75%
Total	**4**	**100%**

3.2.5 Apoyo de instituciones

Según datos obtenidos en la investigación, se les proporcionó los siguientes nombres de instituciones: Municipio, Prefectura, Cámara de comercio, Universidades. En donde los emprendedores indicaron que no reciben ningún tipo de apoyo de ninguna de estas instituciones.

3.3 Estrategias que se pueden adoptar para la sostenibilidad para los emprendimientos gastronómicos que tienen contrato de arrendamiento en FLOPEC en la ciudad de Esmeraldas

3.3.1 Estrategias

Mediante la información obtenida, se evidenció que los emprendimientos si necesitan estas estrategias para acaparar nuevos clientes, en donde el 50% prefiere hacer publicidad para compartir promociones, como se indica en la siguiente Tabla 17:

Tabla 16

Estrategias

Detalle	**Número**	**Porcentaje**
Publicitario	2	50%
Infraestructuras	0	0%
Inyección económica	1	25%
Ninguno	1	25%
Total	**4**	**100%**

3.3.2 Promoción

Según los resultados obtenidos en la investigación, se evidenció que el 75% de los emprendedores si se les hace factible aplicar precios especiales como estrategia de promoción y el 25% prefieren exhibir los productos en oferta, tal como se detalla en la siguiente Tabla 18:

Tabla 17

Promoción

Detalle	**Número**	**Porcentaje**
Cupones de descuento	0	0%
Precios especiales	3	75%
Exhibición de productos en oferta	1	25%
Servicios o productos gratis	0	0%
Ninguno	0	0%
Total	**4**	**100%**

3.3.3 Atracción de clientes potenciales

Según la información recabada, acerca de la variable atracción de clientes potenciales, en la Tabla 19 se observó que el 50% de los emprendedores prefieren contratar una persona especializada sobre el tema y el 25% opta por análisis de campo.

Tabla 18

Clientes potenciales

Detalle	**Número**	**Porcentaje**
Análisis de campo	1	25%
Encuesta al público	0	0%
Contratar una persona especializada sobre el tema	2	50%
Ninguna	1	25%
Total	**4**	**100%**

3.3.4 Adaptabilidad para vender en redes sociales

Mediante los datos obtenidos, respecto a la variable de adaptabilidad para vender en redes sociales, en la siguiente Tabla 20 se evidenció que el 75% de los emprendedores indicaron que, si fuese factible, utilizar este medio para hacer publicidad e interacción con sus clientes, y el 25% indicó que no se podría adaptar a este cambio.

Tabla 19

Adaptabilidad para vender en redes sociales

Detalle	**Número**	**Porcentaje**
Si	3	75%
No	1	25%
Total	**4**	**100%**

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN

Los resultados de esta investigación, llevada a cabo en la ciudad de Esmeraldas, se obtuvieron datos a través de encuestas en línea y conversaciones directas con los propietarios de algunos negocios. Estas conversaciones permitieron que los dueños puedan expresar las dificultades que deben afrontar para mantener sus locales debido a los altos índices delincuenciales que existen en la actualidad.

El objetivo general de esta investigación nace principalmente con el propósito de analizar las características de los emprendimientos gastronómicos que tienen contrato de arrendamiento con la Empresa Pública Flota Petrolera Ecuatoriana EP FLOPEC. Es importante analizar e identificar variables en diferentes dimensiones de los emprendimientos que formaron parte de este estudio.

Según los datos obtenidos mediante las encuestas aplicas a lo largo de este estudio, se determinó que los resultados del análisis de estos emprendimientos indicaron que son emprendimientos vulnerables, que no tienen apoyo de instituciones públicas (Municipio, Prefectura, Cámara de comercio, Universidades) y padecen actualmente por una ola de violencia y delincuencia. Como es de conocimiento general, Esmeraldas es una ciudad gastronómica y los cambios que ha tenido últimamente disminuyen los ingresos y visitas de turistas a los negocios de los emprendedores esmeraldeños ubicados en esta zona, sin tomar en cuenta que ya habían superado una emergencia sanitaria debido a la expansión del virus COVID-19 que impidió seguir trabajando con normalidad por varios meses.

En la investigación de Lara (2019) identificó el impacto económico que han tenido los emprendimientos gastronómicos con la implementación del Malecón Las Palmas en la ciudad de Esmeraldas, con relación la investigación realizada, en donde se logró observar algunos emprendimientos que actualmente no cuentan con un nivel de rentabilidad alta y sus índices económicos cada vez están disminuyendo de manera acelerada. Muchos negocios buscan estrategias para potenciar sus ventas, pero dada la situación de la ciudad hace que se creen barreras que impidan el desarrollo económico en la provincia.

Por otra parte, en la investigación de Páez y García (2011) lograron identificar las características psicológicas de los actuales y futuros usuarios de la Unidad de Emprendimiento Empresarial, la cual determinó que una persona emprendedora tiene cualidades, entre ellas destaca las habilidades de líder, visión clara y mucha creatividad.

A su vez, esta investigación aportó al estudio realizado porque permitió tener bases de cómo son las personas que tienen espíritu emprendedor. Se evidenció que los emprendedores tienen ideas claras acerca de lo que quieren hacer con sus negocios, pero les falta apoyo y guía para poder gestionarlas.

Además, es importante mencionar que los propietarios han explicado que no tienen apoyo al 100% de las entidades financieras, y esto se debe a que su capacidad de pago es sumamente baja dado los diferentes cambios en el entorno. El 25% de los emprendedores prefieren invertir haciendo uso del dinero de prestamistas informales con un alto índice de interés, pero que de una u otra forma les permite tener el ingreso para mantener su negocio, en otros casos el 75% indica que usa sus pocos ahorros disponibles, ya que no cuentan con el dinero suficiente para cubrir altas tasa de intereses.

El estudio realizado por Chipantiza (2023) logró identificar características, aspectos socioeconómicos y estrategias de sostenibilidad de los emprendimientos vulnerables de la ciudad de Esmeraldas en el periodo 2021-2022. En este estudio se destaca que los dueños de los negocios realizan cambios en sus infraestructuras para captar la atención de clientes potenciales y a su vez brindar un mejor servicio a sus clientes. Por otro lado, este estudio tiene relación con la investigación realizada, porque presenta características que determinan que si existen emprendimientos vulnerables y que hay factores adversos que impiden que estos negocios sean más productivos en el mercado. Muchos emprendedores no cuentan con los recursos necesarios para realizar cambios significativos en sus negocios debido al bajo índice de rentabilidad en el que se encuentran.

Así mismo, García et. al, (2007) logró identificar que los emprendedores de éxito tienen características primordiales a la hora de establecer una empresa, se evidenció que los más y menos emprendedores muestran ausencia de formación de tipo superior, tienen una mentalidad muy local. A relación con la investigación realizada, se puede confirmar que 75% de los emprendedores tienen estudios hasta el nivel de bachillerato y el 25% indicó que ha culminado un cuarto nivel de Maestría, sin embargo, la necesidad de emprender y generar un negocio rentable es muy alta. Hay que mencionar que se les hace difícil diversificarse a medios más digitales para crear nuevas ideas de negocios vía online, que actualmente juegan un rol muy importante en el mercado. Las redes sociales brindan otras formas de pago para optimizar recursos.

Además, otro dato muy importante es que el 75% de los emprendedores o propietarios prefieren contrata a otras personas externas al negocio para que les ayude a gestionar actividades interactivas para llamar la atención de los posibles clientes.

El estudio de García et. al, (2018) tuvo como objetivo identificar las principales barreras que impiden el uso correcto de herramientas contables dentro de los emprendimientos (comerciales y artesanales) vulnerables de producción que están establecidos en la provincia de Esmeraldas, este estudio tiene relación con la investigación realizada debido a que dentro de sus resultados menciona que los emprendedores no tenían estudios completos y por ende la falta el conocimiento acerca de las herramientas contables, que hoy en día son muy necesarias independientemente del giro del negocio, ayudan a facilitar procesos que una persona como propietaria del local puede llevar el control de la contabilidad y en otros casos puede tener los conocimientos claros para que otra persona externa no la engañe o realice procesos ilegales.

Según los resultados de la investigación, se observa que el 50% de los negocios sí usan herramientas contables, ya que son indispensables porque deben seguir procesos para pagos de impuestos, por ende, es necesario facturar para justificar los ingresos al Servicio de Rentas Internas SRI, por otro lado, el 50% aún no usa ningún sistema para realizar facturas electrónicas, de tal manera que sus clientes no pueden hacer uso de poder justificar sus gastos, porque en estos locales aún no hay una facturación electrónica y los deja como un aspecto de desventaja en comparación de sus competidores.

Por otro lado, el estudio de Benites (2017) demostró el principal problema que poseen los negocios esmeraldeños que es la falta de apoyo económico y el acceso a la tecnología en conjunto con bases administrativas y contables. Tiene relación con la investigación realizada, porque estos emprendimientos no incrementan su rentabilidad porque no tienen apoyo económico de entidades externas y deben buscar otros medios para mantenerse en el mercado, así mismo, la tecnología permite avanzar mucho y no en todos los casos hay herramientas que ayuden a gestionar actividades y optimizar sus recursos.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

A continuación, se expresan varias conclusiones que permiten brindar información para futuros estudios en este tema de investigación.

- Mediante varios resultados obtenidos en esta investigación, se observó que los emprendimientos surgen con el objetivo de satisfacer las necesidades de los individuos, por ello es necesario tener en cuenta varios factores que influyen para que el negocio sea considerado uno de los más rentables en el mercado.
- Se logró evidenciar algunas características de los emprendimientos, dentro de ellas se observó que llevan alrededor de cinco a diez años de funcionamiento, según los resultados de las encuestas, los propietarios identificaron sus emprendimientos como negocios comerciales dedicados a venta de platos típicos de la ciudad esmeraldeña. A su vez, se determinó que cuentan con más de cuatro trabajadores en sus locales, ya que se clasifican como locales medianos y deben tener varias personas que les ayuden en la atención y preparación de alimento para los clientes o turistas.
- Dentro de los aspectos socioeconómicos se observó que sus ingresos en los dos últimos años se han visto afectados debido a factores externos que impiden potenciar las ventas al máximo, dando como resultado hoy en día unos ingresos aproximadamente de $600 a $800 dólares mensuales con un margen de utilidad muy bajo a comparación de los años anteriores.
- Finalmente, los encuestados mencionaron algunas estrategias de sostenibilidad que serían factible gestionar en sus negocios. En su mayoría, se evidenció que los propietarios prefieren contratar a una persona especializada sobre el tema para que realice publicidad atractiva y llamativa, además de brindar precios especiales para acaparar nuevos clientes.

Recomendaciones

A continuación, se presentan algunas recomendaciones basadas en los resultados obtenidos en esta investigación. Lo ideal es que cada recomendación sea tomada en consideración en los próximos proyectos, independientemente del ámbito de estudio.

- Gestionar un plan de marketing que permita establecer estrategias y tácticas claves para implementarlo en los negocios dedicados a la comercialización de comidas gastronómicas. Además, se pueden incluir algunos procesos estratégicos para hacer uso de las plataformas digitales y potenciar las ventas por otros medios que actualmente están en tendencia.
- Realizar un análisis de mercado, donde es necesario evaluar la calidad de los productos ofertantes y el valor que tiene cada uno. Es decir, que se recomienda que los emprendedores apliquen la relación de precio y calidad en sus comidas.
- Se recomienda tener charlas amenas con los propietarios de los negocios, porque permiten tener una idea más amplia de lo que verdaderamente sienten respecto a la situación actual en que apliquen el estudio.

REFERENCIAS

Benites, R. (2017). Caracterización de los Emprendimientos en la Provincia de Esmeraldas. *Revista Científica Hallazgos2, 2*(1), 12-2. https://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/article/view/46/55

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Recuperado de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Chipantiza, L. (2023). *Emprendimientos vulnerables en la parroquia de Esmeraldas, 2021-2022* (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, Esmeraldas. https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/3590

EP-FLOPEC Gobierno de la República del Ecuador. (s/f). *En los primeros meses del 2019, más de 150 mil dólares invertidos en complejo turístico "Playa Las Palmas"*. Esmeraldas, Ecuador. Recuperado de https://www.flopec.com.ec/en-los-primeros-meses-del-2019-mas-de-150-mil-dolares-invertidos-en-complejo-turistico-playa-las-palmas/

García, J., Álvarez, P., Reyna, R. (2007). Características del Emprendedor de Éxito en la Creación de PYMES Españolas Estudios de Economía Aplicada. *Revista de Estudios de Economía Aplicada, 25*(3), 25-2. https://www.redalyc.org/pdf/301/30113818017.pdf

Garcia, A. (2018). *Análisis de la Influencia Económica de la Flota Petrolera de Ecuador en el sector Las Palmas, Esmeraldas* (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas. https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1533/1/GRACIA%20AYALA%20ALLAN%20PAUL.pdf

Gónzalez, R. (2012). *Una aproximación sociológica al 'otro emprendimiento': la experiencia social de emprender en grupos vulnerables urbanos y sus implicancias en la construcción de vínculos sociales* (Tesis de grado). Universidad de Chile, Santiago, Chile. https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/112333/cs39-r%20Gonz%c3%a1lez%20V_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guala, E. (2015). *Los Emprendimientos Gastronómicos en la Ciudad de Latacunga* (Tesis de grado). Universidad Regional Autónoma de los Andes UNIANDES, Ambato, Ecuador. https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/251/1/TUAIGAB021-2015.pdf

Huaire, E. (2019). Método de investigación. *Acta académica.* Recuperado de https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/35.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador Fascículo Provincial Esmeraldas*. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/esmeraldas.pdf

Lara, D. (2019). *El impacto económico en los emprendimientos gastronómicos con implementación del nuevo malecón Las Palmas en la ciudad de Esmeraldas* (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas. https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2025/1/LARA%20FIGUEROA%20%20DODA%20IVONNE.pdf

Ley Orgánica de Empresas Publicas LOEP. (2009). Recuperado de *https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/LEY-ORGANICA-DE-EMPRESAS-PUBLICAS.pdf*

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2020). Recuperado de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf

López, C. (2014). *Características de emprendimiento social de los jóvenes en estudios previos a los universitarios* (Tesis de maestría). Universidad Complutense de Madrid Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Madrid. https://core.ac.uk/download/pdf/33101528.pdf

López, J., Ordoñez, M. (2022). Estrategias de sostenibilidad para emprendimientos. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología, VIII*(3), 2391-2379. https://www.cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/989/1659

Lozada, F., Cedeño, J., Chinga, E., Miranda, T. (2021). Factores que motivan el emprendimiento: nuevas tecnologías para dinamizar una economía social. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuso), 6*(1), 89-82. http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rehuso/v6n1/2550-6587-rehuso-6-01-00077.pdf

Páez, D., García, J. (2011). Acercamiento a las características del Universitario Emprendedor en la Unidad de Emprendimiento Empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (71), 69-3. https://www.redalyc.org/pdf/206/20623157005.pdf

Palacios, A., Ruiz, Sebastiana., (2020). El emprendimiento en América Latina: Un análisis de su etimología, tipología y proceso. *Revista ECA Sinergia, 11*(2), 58-48. https://www.redalyc.org/journal/5885/588563773004/html/

Perlaza, L. (2022). *Impacto económico causado por la pandemia COVID19 en los locales comerciales ubicados en el balneario "Las Palmas" de la ciudad y provincia de Esmeraldas* (Tesis de maestría). Universidad Tecnológica Israel Escuela de Posgrados ESPOG, Quito, Ecuador. http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/3815/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADME-378.242-2022-036.pdf

Porto, J., Merino, M. (2021). Método Deductivo. *Definición. De*. https://definicion.de/metodo-deductivo/

Régimen Simplificado Para Emprendedores Y Negocios Populares RIMPE. (2022). Recuperado de https://www.sri.gob.ec/rimpe

Samaniego, P., Aguilar, V., Cervantes, J. (2018). Barreras al uso de Herramientas Contables en Emprendimientos Vulnerables de Esmeraldas. *Revista Científica Hallazgos21, 3*, 10-2. https://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/article/view/228/134

Vásquez, E. (2017). *Análisis de las percepciones locales ante el desarrollo de infraestructura pública: un estudio desde el sector urbano turístico Las Palmas de Esmeraldas* (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas. https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1136/1/V%c3%81SQUEZ%20MORANTE%20ERWIS%20FABRICIO.pdf

Wila, E. (2018). *Análisis de las potencialidades turísticas para la aplicación de nuevas actividades recreativas en el balneario Las Palmas en la ciudad*

de Esmeraldas (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas. https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1644/1/WILA%20ALVARADO%20EVELIN%20RAQUEL.pdf

Zamora, C. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*, *39*(7), 12-3. https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento

Caracterización de Emprendimientos Gastronómicos con Contrato de Arrendamiento en FLOPEC, Malecón Las Palmas, Esmeraldas, Ecuador

Estimado/a, soy estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la PUCE sede Esmeraldas, estoy desarrollando un proyecto previo a la titulación cuyo propósito es caracterizar los emprendimientos gastronómicos con contrato de arrendamiento en FLOPEC, ubicados en el Malecón Las Palmas de la ciudad de Esmeraldas en el año 2023. Por ello, solicito amablemente su colaboración, proporcionándonos la información que consta en la presente encuesta. Los datos recolectados serán tratados de forma académica.

Agradecemos la colaboración brindada.

1. **Género**
   - □ Masculino
   - □ Femenino
   - □ LGBTI
2. **Edad**
   - □ De 18 a 28 años
   - □ De 29 a 38 años
   - □ De 39 a 49 años
   - □ De 50 a 61 años
   - □ Más de 62 años
3. **Estudios culminados**
   - □ Educación básica
   - □ Nivel de bachillerato
   - □ Nivel técnico-tecnológico
   - □ Tercer nivel profesionalizante
   - □ Cuarto nivel (Maestría)
   - □ Cuarto nivel (Doctorado)
4. **¿El local comercial en el que reside es?**
   - □ Propio
   - □ Alquiler

□ Otro: _____

5. ¿Qué actividad usted considera que realiza?

□ Artesanal

□ Comercial

□ Otro: _____

6. ¿La nacionalidad del propietario es?

□ Ecuatoriano

□ Colombiano

□ Peruano

□ Otro: _____

7. ¿Cuántos años de funcionamiento posee el emprendimiento?

□ 1 a 5 años

□ 5 a 10 años

□ 10 a 15 años

□ Más de 15 años

8. ¿Cómo se representa su emprendimiento?

□ Grande

□ Mediano

□ Pequeño

9. ¿Cuántos trabajadores posee su emprendimiento?

□ 1 a 2

□ 2 a 4

□ Más de 4

10. ¿Cuánto es su ingreso mensual aproximado?

□ Menos de $600

□ $600 a $800

□ $800 a $1000

□ $1000 a $1200

□ Más de $1200

11. ¿Cuál ha sido el comportamiento de sus ingresos en los últimos dos años?

□ Han aumentado

□ Han disminuido

□ Se han mantenido igual

12. ¿En su establecimiento comercial realizan facturación electrónica?

□ Si

□ No

13. ¿Cuáles son los métodos de seguridad que se utilizan dentro de su emprendimiento?

□ Cámaras

□ Guardias

□ Ninguno

□ Otro: _____

14. ¿Ha sido objeto de extorsión en el último año?

□ Si

□ No

15. ¿Ha pensado en cerrar su negocio por la violencia que vive la ciudad?

□ Si

□ No

16. ¿Qué método de financiamiento utiliza dentro de su emprendimiento?

□ Crédito bancario

□ Cooperativas

□ Prestamista informal

□ Ahorros internos

□ Otro: _____

17. ¿Valore del 1 al 5 donde 5 es lo máximo y 1 es nada, cuánto apoyo usted cree que recibe en su emprendimiento, de las siguientes instituciones?

Institución	1	2	3	4	5
Recibe apoyo del municipio					
Recibe apoyo de la prefectura					
Recibe apoyo de la cámara de comercio					
Recibe apoyo de universidades					

18. ¿Qué tipos de cambio realizaría dentro de su emprendimiento para poder mantenerse dentro del mercado?

□ Publicitario

□ Infraestructura

□ Ninguno

□ Otro: _____

19. ¿Qué promociones de venta aplicaría dentro de su emprendimiento para poder acaparar nuevos clientes?

□ Cupones

□ Precios especiales

□ Exhibición de productos en oferta

□ Servicios o productos gratis

□ Ninguno

□ Otro: _____

20. ¿Qué tácticas usted adoptaría como propietario para la identificación de nuevos clientes potenciales para su negocio?

□ Análisis de campo

□ Encuesta al público

□ Contratar una persona especializada sobre el tema

□ Ninguna

□ Otro: _____

21. ¿Considera que su emprendimiento se puede adaptar a la venta por redes sociales?

□ Si

□ No