



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

“FACTORES DE ÉXITO DEL LÍDER EMPRENDEDOR AMBATEÑO”

Proyecto de Investigación Previo a la Obtención del Título de Ingeniero Comercial

Línea de investigación:

Emprendedorismo y/o Responsabilidad Social

Desarrollo Humano y Salud Mental

Autora:

María Fernanda Uvidia Ojeda

Director:

Eduardo Javier Gutiérrez Zambrano, Mg.

Ambato-Ecuador

Mayo 2019

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO**

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

FACTORES DE ÉXITO DEL LÍDER EMPRENDEDOR AMBATEÑO

Línea de Investigación:

Emprendedorismo y/o Responsabilidad Social

Desarrollo Humano y Salud Mental

Autora:

MARÍA FERNANDA UVIDIA OJEDA

Eduardo Javier Gutiérrez Zambrano, Mg.

f. 

CALIFICADOR

Franklin Rodrigo Pacheco Rodríguez, Mg.

f. 

CALIFICADOR

Hernán Paúl Ortiz Coloma, Mg.

f. 

CALIFICADOR

Fredy Leonardo Ibarra Sandoval, Mg.

f. 


DIRECTOR DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr.

f. 

SECRETARIO GENERAL PUCESA


Pontificia Universidad
Católica del Ecuador
BIBLIOTECA


Pontificia Universidad
Católica del Ecuador
SECRETARÍA GENERAL
PROCURADURÍA

Ambato- Ecuador

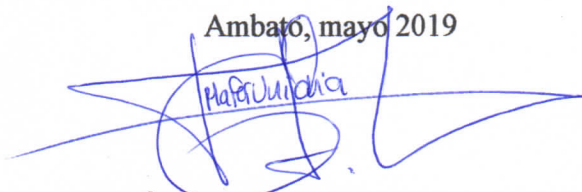
Mayo 2019

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo: **UVIDIA OJEDA MARÍA FERNANDA**, con CC. **1718627001**, autor del trabajo de graduación intitulado: “FACTORES DE ÉXITO DEL LÍDER EMPRENDEDOR AMBATEÑO”, previa a la obtención del título profesional de **INGENIERA COMERCIAL**, en la escuela de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad

Ambato, mayo 2019



MARÍA FERNANDA UVIDIA OJEDA

CC. 1718627001

AGRADECIMIENTO

En primer lugar le quiero agradecer a Dios quien me dio la oportunidad de la vida, es gracias a él que hoy puedo disfrutar de este éxito.

A mis padres, quienes me apoyaron en todo lo indispensable, nunca dejaron que me falte nada y estuvieron en mis peores momentos siendo mi fortaleza para seguir adelante. A mi hermana que siempre estuvo a mi lado con una sonrisa que me alentaba a ser una mejor persona, con el anhelo de que algún día llego muy lejos.

Por último, quisiera agradecerles a mis queridos maestros que todos estos años aportaron con sus valiosos conocimientos. A mi director de tesis el Mg. Javier Gutiérrez por su paciencia en el desarrollo de este proyecto. A mi director de escuela Mg. Fredy Ibarra quien estuvo a mi lado desde el primer día hasta el final. Y a mis lectores el Mg. Franklin Pacheco y el Mg. Paul Ortiz quienes me ayudaron a enriquecer de gran manera esta investigación con sus grandiosos aportes.

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente proyecto en primer lugar a Dios quien me dio la fortaleza y la sabiduría para poder terminarlo. Y a dos personas que siempre me apoyaron y respaldaron, que con su paciencia y amor me demostraron que todo se puede. Es gracias a ellos que este sueño se vuelve realidad, y solo me queda decirles un Dios les pague por todo.

Con todo cariño:

A mí amado Padre y Madre

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como propósito determinar y analizar los principales factores de éxito de los emprendedores ambateños, en respuesta al creciente índice de fracasos de los negocios en el cantón. Se utilizó la metodología cuantitativa y cualitativa en la investigación con un muestreo aleatorio simple sobre el número total de establecimientos enunciados en la lista de catastros del cantón, para proceder con un cuestionario previamente validado a través del Alfa de Crombach a los propietarios. En base a la literatura y a los artículos de revistas científicas estudiados, se consideró oportuno someter a los resultados a un análisis estadístico de regresión logística binaria mediante el test de Hosmer y Lemeshow, cuyos resultados indican que los emprendedores más exitosos comparten características en común, como el gusto o la pasión por lo que hacen, la capacidad de aprovechar las oportunidades que ofrece el avance tecnológico y la confianza en los productos o servicios que ofertan. Los encuestados además sugirieron que la principal competencia que debe tener un emprendedor corresponde a la creatividad e iniciativa.

Palabras clave: factores de éxito, emprendedores, creatividad e iniciativa.

ABSTRACT

The aim of this research project is to determine and analyze the main success factors of Ambatenian entrepreneurs in response to the increasing rate of failing businesses in the city. The research methodology used was quantitative and qualitative with a sample that was randomly chosen from the total number of establishments on the city's land registry list. A questionnaire that was previously validated by Alfa de Crombach was given to the company owners. Based on the literature, the journals and newspapers, that were studied, it seemed appropriate to submit the results to a statistical analysis of binary logistic regression through the Hosmer and Lemeshow test. The findings depict that the most successful entrepreneurs have characteristics in common such as loving and being passionate about what they do, the capacity of embracing the opportunities of advanced technology and trusting the products or services that they offer. Furthermore, the owners suggested that the main competence that an entrepreneur should have is creativity and initiative.

Key words: success factors, entrepreneurs, creativity and initiative.

TABLA DE CONTENIDOS

Preliminares

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I	3
1. EL PROBLEMA	3
1.1. Tema	3
1.2. Planteamiento del problema	3
1.2.1. Contextualización	3
1.2.1.1. Macro contextualización	3
1.2.1.2. Meso contextualización.....	6
1.2.1.3. Micro contextualización.....	8
1.2.2. Prognosis.....	9
1.2.3. Formulación del problema	9
1.3. Interrogantes	9
1.3.2. Delimitación.....	10
1.3.2.1. Delimitación del contenido	10
1.3.2.2. Delimitación espacial.....	10
1.3.2.3. Delimitación temporal.....	10
1.4. Justificación	10
1.5. Objetivos	11
1.5.1. Objetivo general.....	11
1.5.2. Objetivos específicos	11
CAPÍTULO II	13
2. 2. MARCO TEÓRICO	13
2.1. Estado del Arte	13
2.2. Fundamentación Legal	17

2.3. Fundamentación Teórica	18
CAPÍTULO III.....	29
3. 3. METODOLOGÍA	29
3.1. Enfoque	29
3.2. Modalidades de investigación	29
3.2.1. Investigación Bibliográfica	29
3.2.2. Investigación de Campo	30
3.3 Tipos de Investigación.....	30
3.3.1. Investigación exploratoria	30
3.3.2. Investigación descriptiva	31
3.4 Fuentes de Investigación	31
3.4.1 Fuentes Primarias	31
3.4.2 Fuentes Secundarias	31
3.5 Población y muestra	32
3.5.1. Población.....	32
3.5.2 Tipo de muestreo	32
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección.....	33
3.6.1. Encuesta	33
3.7 Validación del instrumento.....	33
3.9 Procesamiento y análisis de la información.....	35
CAPÍTULO IV.....	36
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	36
4.1 Encuesta dirigida a los emprendedores de la ciudad de Ambato.	36
4.2 Análisis estadístico de variables	57
4.3 Factores de éxito del emprendedor Ambateño.....	63
CAPITULO V	65
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
5.1 Conclusiones	65
5.2 Recomendaciones.....	67
BIBLIOGRAFÍA	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Tablas

Tabla 2.1: Tabla Comparativa sobre los Factores de Éxito del Emprendedor	22
Tabla 3.1: Resumen de procesamiento de casos	34
Tabla 3.2: Estadísticas de fiabilidad	34
Tabla 4.1: Sexo	37
Tabla 4.2: Formación Académica.....	38
Tabla 4.3: Sector del negocio	39
Tabla 4.4: Experiencia Laboral	39
Tabla 4.5: Estatus económico.....	40
Tabla 4.6: Experiencia emprendedora	40
Tabla 4.7:Tamaño de la empresa	41
Tabla 4.8: Número de empleados	41
Tabla 4.9: Valor Bruto de ventas anuales	42
Tabla 4.10: Pregunta N.-1	42
Tabla 4.11: Pregunta N.-2	43
Tabla 4.12: Pregunta N.-3	44
Tabla 4.13: Pregunta N.-4	44
Tabla 4.14: Pregunta N.-5	45
Tabla 4.15: Pregunta N.-6	46
Tabla 4.16: Pregunta N.-7	46
Tabla 4.17: Pregunta N.-8	47
Tabla 4.18: Pregunta N.-9	48
Tabla 4.19: Pregunta N.-10	49
Tabla 4.20: Pregunta N.-11	49
Tabla 4.21: Pregunta N.-12	50
Tabla 4.22: Pregunta N.-13	52
Tabla 4.23: Pregunta N.-14	52
Tabla 4.24: Pregunta N.-15	53
Tabla 4.25: Pregunta N.-16	53
Tabla 4.26: Pregunta N.-17	54

Tabla 4.27: Pregunta N.-18	54
Tabla 4.28: Pregunta N.-19	55
Tabla 4.29 Pregunta N.-20	55
Tabla 4.30 Pregunta N.-21	56
Tabla 4.31: Variables consideradas	57
Tabla 4.32: Resumen de procesamiento de casos	58
Tabla 4.33: Codificación de variable independiente.....	59
Tabla 4.34: Codificaciones de variables categóricas	59
Tabla 4.35: Dicotomización de variables independientes.....	60
Tabla 4.36: Regresión logística de la variable dependiente: Ingresos Brutos	62

Ilustraciones

Ilustración 2.1: Teoría del Triángulo Invertido por Andy Freire	20
Ilustración 4.1: Edades por categorías	36
Ilustración 4.2: Factores que inciden en el éxito del emprendedor Ambateño.....	65

Cuadros

Cuadro 2.1: Comparación sobre los Factores de Éxito del Emprendedor.....	23
Cuadro 4.1: Edades por categorías	64

INTRODUCCIÓN

Los ambateños son emprendedores por naturaleza y se caracterizan por su elevado interés por ser financieramente independientes, sin embargo, las intenciones y los propósitos personales, no son suficientes para llevar a una empresa naciente al éxito o la supervivencia en el mercado, esto depende de otros factores que no necesariamente son universales. Por tal motivo y para contribuir al triunfo de los emprendedores ambateños, se ha decidido desarrollar el presente trabajo académico, que se encuentra distribuido de la siguiente manera:

Capítulo I. Se describe el problema de estudio a profundidad, a un nivel macro, meso y micro, la delimitación, los argumentos para justificar el trabajo investigativo y los objetivos.

Capítulo II. Se presenta un análisis de las investigaciones relacionadas al tema de estudio a nivel latinoamericano y a nivel nacional, este capítulo además incluye un análisis de la normativa legal relacionada con el emprendedorismo y finalmente, se presenta la fundamentación teórica, en la cual se analizan se detalla un análisis comparativo de los conceptos relacionados.

Capítulo III. Incluye el esquema metodológico de la investigación, la descripción de los tipos de investigación a emplearse, la delimitación poblacional y el tipo de muestreo. Así mismo, se explica las técnicas de recolección de información y la respectiva validación de sus instrumentos.

Capítulo IV. Al ser un proyecto de investigación, es este apartado, además de presentar un análisis de los resultados obtenidos de la aplicación de las encuestas y entrevistas, se

explican los resultados del análisis de correlación estadística de variables, a través del test de Hosmer y Lemeshow.

Capítulo V. Se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Tema

“Factores de éxito del líder emprendedor ambateño”

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1. Macro contextualización

Los países en todo el mundo están conscientes que el emprendimiento debe ser un área de estudio con un enfoque académico; por lo que debe ser inculcado desde temprana edad a todas las personas. Aunque es un área de investigación que no tiene más de 25 años en auge, ha contribuido al desarrollo de los países y de los individuos (Matiz, 2009). La sociedad debe velar para que el emprendimiento se convierta en parte de la formación integral de las personas y sea una herramienta útil en la gestión profesional.

Por ello Matiz (2009) menciona que:

Investigadores, entidades de educación, sector privado, gobiernos locales, regionales y el gobierno nacional, deben trabajar no sólo en la generación de una cultura que privilegie el emprendimiento como opción de vida y herramienta de desarrollo, sino como un área de construcción de conocimiento que permita el desarrollo de instrumentos que redunden en beneficios a los nuevos empresarios de la sociedad. (p.180)

Si bien muchos de los emprendedores latinoamericanos subsisten por décadas, uno de los limitantes que éstos presentan, es la ausencia de innovación constante en sus modelos de negocios, esto se evidencia en el informe del Banco Mundial (2014), que

indica que uno de cada tres trabajadores en la región es autónomo o un pequeño empleador. Sin embargo, muchos de estos trabajadores no logran crecer, por lo que es posible identificar a la innovación constante como un determinante al surgimiento y éxito de cada negocio emergente.

En Colombia, se realizó una investigación en la cual se destacan algunos de los factores de éxito de los estudiantes de la Universidad de Popayán, entre los cuales se evidencia: identificar oportunidades, la capacidad para generar una empresa, la innovación constante, el tomar riesgos calculados y el saber adaptarse a la realidad del lugar donde se va a desarrollar el negocio. Además el estudio demuestra que no es necesario nacer con habilidades implícitas para poder empezar un emprendimiento; por tanto, la mayoría de características que se reflejan en la investigación son aquellas que se pueden aprender, por lo que, en base a esta información es más fácil guiar a una persona que está iniciando este proceso. (Correa Correa, Delgado Hurtado, & Conde Cardona, 2011).

En Chile, seis años atrás, mediante un estudio se concluyó que las personas se negaban a iniciar emprendimientos, por el hecho de que las empresas ya constituidas, utilizaban mecanismos como competencia desleal, copia, desprestigio, entre otros, con el fin de afectar a los nuevos negocios en su crecimiento. Las pocas personas que se arriesgaban a asumir este desafío eran guiadas por grupos de emprendedores que tenían un perfil más comercial que técnico. Según el mismo estudio, las características que destacaban estas personas era: un nivel de instrucción medio, su rango de edad se mantenía entre los 40 años, el 72% poseía una carrera profesional, un 50% tenía estudios de tercer nivel y además de ser innovadores también asumían riesgos. Éstos en la actualidad, son personas que lograron construir grandes empresas que han perdurado en el tiempo. Por ello, Chile contribuye a la búsqueda y formación de

emprendedores, con el apoyo de instituciones públicas, creación de políticas que fortalezcan las nuevas empresas y capacitación para la ciudadanía. Además de un apoyo exhaustivo a las Universidades y Centros de Investigación para que indaguen sobre este tema con el fin de obtener la mayor cantidad de información al alcance del nuevo emprendedor que se está encaminando; pues uno de los impedimentos en el pasado para volverse una persona generadora de empleo era la falta de conocimientos e información. Con todo lo mencionado, el país logró obtener mayor pago de impuestos por el crecimiento empresarial, la creación de fuentes de trabajo y con ello, la generación de riqueza (Kantis & Díaz , 2008).

El Global Entrepreneurship Monitor GEM (2010), entrega ciertos datos sobre el Ecuador de manera general. En donde lo calificó como el sexto país más emprendedor de los 43 países que se estudiaron en todo el mundo. Además, en dicho año, Ecuador alcanzó un 21,3% en el índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), sin embargo, obtuvo un 14,7% en el indicador de negocios establecidos que han perdurado más de tres años y medio con un decrecimiento en comparación de años pasados.

En el estudio realizado por GEM (2015), menciona que el Ecuador alcanzó un índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), del 33.6% ubicándola en primer lugar en relación a los países de América latina y el Caribe. Pero la supervivencia de las empresas en el tiempo sigue siendo un gran problema para el ecuatoriano y los potenciales influenciadores para que se de este fenómeno pueden ser la calidad de los emprendimientos o a su vez la eficiencia del ecosistema para potenciarlos. Además, en el 2015, el 7.1% de los emprendedores declararon por lo menos haber cerrado un negocio en los últimos 12 meses, esta cifra supera la tasa más alta de cierre de los negocios establecidos del 5.1%, y en comparación a la misma se puede determinar un

aumento notable, por lo que es fácil evidenciar las dificultades de supervivencia y barreras de ingreso que atraviesan los emprendimientos tempranos.

En lo referente al sector privado, el Global Entrepreneurship Monitor GEM (2010), menciona que el 15,4% de emprendedores inician un nuevo negocio por motivación profesional, y un 5,9% por necesidad. Lo que indica que un porcentaje más alto empieza un emprendimiento por el conocimiento adquirido, el entrenamiento, apoyo estatal, ayuda financiera, entre otros. A diferencia del 2015, en el que predominaron los emprendedores menores de 65 años, y sus motivaciones para emprender fueron el 48.4% por necesidad mientras que el 41.9% lo hace para aprovechar una oportunidad (GEM, 2015).

Un estudio realizado en el Ecuador, específicamente en la ciudad de Cuenca, sobre los factores que influyen en el éxito de los emprendedores, arrojó como resultado que los aspectos positivos para generar un emprendimiento son: conocer el lugar en donde se realizará el nuevo negocio, identificar las oportunidades y amenazas existentes en el mercado, nivel de educación del empresario y su capacidad para fijarse metas y ser persistente en ellas. Como aspectos negativos está: el acceso a financiamiento, el entorno legal empresarial, el marco regulatorio, los altos impuestos, entre otros. Por lo que se considera que es importante hacer un análisis orientado a la realidad para el desenvolvimiento óptimo del emprendedor (Cordero López, Astudillo Durán, Carpio Guerrero, Delgado Noboa, & Amón Martínez, 2011).

1.2.1.2.Meso contextualización

Tungurahua siempre se ha destacado como una provincia con altos índices de productividad tanto agrícola como industrial, convirtiéndose en una de las más fuertes del centro del país. Las principales actividades que se desempeñan en la misma son: el comercio, la construcción, la fabricación de calzado y carrocerías metálicas. Se

cuenta con alrededor de 62.900 empresas y emprendimientos familiares y personales (Moreta, 2017).

Y es así, como el Gobierno Provincial de Tungurahua ha proporcionado diferentes proyectos para la creación de nuevas empresas, un claro ejemplo de emprendimientos en la provincia es en la fabricación de calzado ya que seis de cada diez pares de zapatos que se venden y distribuyen a nivel nacional provienen de Tungurahua. (Moreta, 2017).

El año pasado el país afrontó una fuerte recesión económica que afectó totalmente la economía del mismo. Específicamente, en Tungurahua con lo referente a la producción de calzado al menos 600 personas se quedaron sin empleo, y fue necesario tomar medidas inmediatas, por lo que la presidenta de la Cámara Nacional de Calzado de Tungurahua, Lilia Villavicencio determinó oportuno que se capaciten a los productores, enviándolos a realizar cursos para ser tecnólogos en la fabricación de calzado, y además los incentivó a la innovación, por lo que una empresa lanzó plantillas ortopédicas para personas con problemas en la columna. Por otro lado existen empresas como Bioalimentar y CIAUTO que a pesar de los problemas económicos existentes deciden invertir en sus plantas y traer nuevas líneas para superar la recesión (Moreta, 2017).

Tungurahua es una provincia con un alto potencial económico, sin embargo, de la crisis económica, los empresarios demostraron su talento, persistencia, capacitación e innovación, ante la misma. Lo que demuestra, que la persistencia, la capacitación y la innovación son factores claves que distinguen a estos emprendedores.

1.2.1.3. Micro contextualización

Ambato es un cantón de la provincia de Tungurahua, que se ha posesionado como una de las ciudades con mayor crecimiento empresarial y de emprendimiento. El GAD de Ambato actualmente ha proporcionado varios proyectos que permiten a las personas desarrollar nuevos emprendimientos productivos. También han surgido varios proyectos privados que ayudan a los comerciantes emprendedores como el proyecto NOVO del cual se han formado en promedio 18 empresas de la ciudad en diferentes áreas productivas. Para los mismos, se exigen varias cualidades en cada uno de los posibles candidatos; puesto que, se necesita cumplir con ciertas características para ser parte de este proceso. Antes de iniciar los empresarios realizan una entrevista con el fin de seleccionar a personas con un alto potencial (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2017).

Por otro lado, también existen instituciones públicas como CorpoAmbato. La misma se encarga de dar asistencia a cierto tipo de emprendimientos, en su mayoría artesanales. En el 2017, se inscribieron 118 personas de las cuales solo el 50% completó el proceso de capacitación hasta el final (CorpoAmbato, 2017).

Se puede determinar que, en la ciudad, existen pocas empresas tanto de índole pública como privada que contribuyan al desarrollo de emprendimientos. Y en las cuales no se maneja información suficiente para el desarrollo adecuado de emprendedores, por lo que muchos de ellos inician los procesos, pero no terminan. Además, se denota que las empresas no comprenden que factores son primordiales en los emprendedores antes de comenzar el proceso por lo que en el transcurso del mismo se presentan problemas que impiden el progreso total.

Para finalizar, se puede mencionar que es necesario más apoyo gubernamental y académico a los propietarios, administradores de estos negocios para que les permita

tener una base sólida y tomar decisiones efectivas que garanticen su crecimiento, permanencia y prevalencia en el mercado.

1.2.2. Prognosis

Si no aportamos con un estudio sobre los factores claves de éxito del líder emprendedor ambateño, el número de empresas que fracasen al inicio de sus actividades aumentará en el futuro.

Resulta oportuno mencionar, que el iniciar un nuevo proyecto es un gran desafío para cualquier persona, más aún cuando la misma no tiene los conocimientos adecuados y esto le puede llevar a fracasar, causándole consecuencias fatales, como miedo a generar empleo propio, problemas financieros y legales, alteraciones psicológicas, obligándole a vivir dependiendo de terceros y quitándole su autonomía.

1.2.3. Formulación del problema

¿Cuáles son los factores claves de éxito del líder emprendedor ambateño?

1.3. Interrogantes

¿Cómo aparece el problema que se pretende solucionar?

Con la falta de conocimiento de los emprendedores al momento de iniciar un negocio (CorpoAmbato, 2017).

¿Por qué se origina?

Por la inexistencia de información sólida sobre emprendimientos.

¿Qué lo origina?

La carencia de un organismo especializado en dar seguimiento a los emprendimientos en la ciudad de Ambato.

1.3.2. Delimitación

1.3.2.1. Delimitación del contenido

Campo: Administrativo

Área: Emprendimiento

1.3.2.2. Delimitación espacial

La presente investigación se lleva a cabo en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

1.3.2.3. Delimitación temporal

La investigación se realizará en el transcurso de los cuatro primeros meses del año 2018.

1.4. Justificación

El problema que pretende solucionar la presente investigación es reducir el número de fracasos de los emprendimientos en base a una selección efectiva de los emprendedores, tomando en cuenta los factores claves de éxito del líder emprendedor ambateño. Los factores que influyen en el mismo son: la escasez de investigación sobre este tipo de temas, el deficiente sistema académico existente en los colegios y universidades en impartir este tipo de información y el desconocimiento en el sector empresarial público/privado en proyectos que beneficien su crecimiento; por consiguiente, existen instituciones que dan capacitaciones pero las mismas no se efectúan con el personal adecuado, ni se manejan indicadores que ayuden en el control de su crecimiento a lo largo de los años.

Por otro lado, se debe tomar en cuenta que no basta con que las personas tengan interés y competencias para iniciar nuevos negocios, se debe crear una cultura de apoyo, que en otros países ya comienza desde tempranas edades en los estudiantes,

de las respectivas unidades educativas; ya que el emprendimiento no debe ser solo para algunas personas sino, debe ser parte del desarrollo integral de cada una. La información resultante del proyecto de investigación, representará una base sólida para potenciar las fortalezas y mitigar las debilidades de los emprendedores ambateños con el fin de transformarla en una oportunidad de mejora que apoye a su crecimiento.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Analizar los factores de éxito de los emprendedores ambateños.

1.5.2. Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente los factores de éxito de los emprendedores.
- Diagnosticar los factores de éxito de los emprendedores ambateños.
- Elaborar un informe con los factores de éxito de los emprendedores ambateños.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del Arte

El Ecuador tiene una tendencia creciente en lo concerniente a los emprendimientos, en la actualidad, la cifra relacionada a nuevos negocios bordea el 65%, cada vez más personas empiezan un negocio propio y en su mayoría son jóvenes no mayores a los 45 años de edad (Global Intrepreneurship Monitor, 2015). Lo que demuestra que existen personas con deseos de realizar una actividad emprendedora, a lo que Torres (2012) acota:

Para que la actividad emprendedora de un país se dinamice, no basta con que los individuos tengan valores y competencias para iniciar nuevos negocios; es fundamental que el entorno macroeconómico y empresarial aporte con un adecuado ecosistema que genere una cultura de apoyo, adecuadas redes de contacto e instituciones eficientes (p.1).

Esto enfatiza la necesidad de actividades promotoras de emprendimiento de parte del estado que promuevan la creación de un entorno favorable para iniciar un nuevo negocio; en el Ecuador, el derecho a emprender y garantizar las condiciones atenuantes al éxito del mismo, especialmente cuando las personas que deciden emprender son jóvenes, se respalda en la Constitución de la República.

Un factor interno, vital para una adaptación exitosa del emprendedor en la sociedad, corresponde a la oferta de un valor agregado en el giro del negocio. A lo que Álvarez, Florencio & Ocampo (2017) acotan que “la mayoría de los investigadores consideran que la innovación está en el centro de la actividad empresarial, que vendría a ser la marca distintiva que tiene un lugar destacado en los emprendedores” (p.248). En un

mundo globalizado como el actual, es necesario saber tomar decisiones de una forma diferente al resto para crear elevadas barreras de entrada a nuevos competidores. Un emprendedor exitoso debe ser una persona que sepa identificar las oportunidades que el entorno le ofrece, que esté alerta a la información y que se mantenga en una preparación constante, lo que se evidencia con la investigación de Moreno (2016) que menciona que una relación directa entre el conocimiento de los individuos y la innovación es una probabilidad de éxito en el mercado competitivo.

A esto, los autores Urbano, Toledano & Riberio-Soriano (2011), añaden la relevancia de desarrollar el denominado espíritu empresarial que lo definen como “una forma de pensar, razonar, actuar vinculada y suscitada por la búsqueda de una oportunidad de negocio. Su resultado es la creación, mejora, realización y renovación del valor no solo económico sino también social” (p.18). Las dificultades económicas a nivel global han hecho que muchos países busquen desarrollar el espíritu emprendedor particularmente en las nuevas generaciones, ya que a través de ellos es posible generar beneficios a la sociedad de una nación, principalmente a través de la generación de fuentes de empleo y del incremento de la recaudación tributaria.

Esto es evidente en el Ecuador, que de acuerdo a Core Business Ekos (2015), es el país con mayor número de emprendimientos de Latinoamérica; la mayoría de los individuos que incursionan en un negocio, lo hacen principalmente debido a la necesidad económica, además, se precisa que un 80% de estas personas, deciden emprender debido a la misma. Los ecuatorianos se han caracterizado por ser emprendedores e innovadores y este hecho ha favorecido al dinamismo económico nacional.

Según Kirby (citado por Correa, Delgado & Conde, 2011):

Las competencias que tiene un emprendedor son, la competencia para asumir riesgos, es decir, la capacidad para tolerar la ambigüedad e incertidumbre; el locus de control interno alto, que le permita controlar sus propias emociones; creatividad, que le posibilita el pensar de forma no convencional; orientación al logro y a las oportunidades; autonomía, dado que el emprendedor desea tener el control de las situaciones y competencia para la negociación. (p.44)

En relación con los factores de éxito de los emprendedores, se destaca el conocimiento y la motivación como los más importantes, para conocer el mecanismo de funcionamiento de estos factores, es de gran utilidad comprender el ciclo de emprendimiento. Todo comienza con la motivación que es el factor más influyente, por ello, seis de cada diez negocios empiezan por este motivo, y en gran porcentaje se promueve en ferias o conferencias. A continuación, aparece el estímulo de la creatividad que se basa en lograr ideas de negocio innovadoras, después tenemos la planificación y el plan de financiamiento, en donde interviene el conocimiento del emprendedor. En estas etapas se puede evidenciar un desconocimiento de parte de los nuevos emprendedores, y por último aparece la puesta en marcha que sería la implementación del nuevo negocio. Uno de los factores que interviene en este punto es la predeterminación para lograr lo planteado (Core Business Ekos, 2015).

El estudio investigativo realizado por Chorda (1999) tuvo como objetivo conocer claves del éxito en nuevas compañías innovadoras según las narrativas de los propios emprendedores, para esto fue necesario tener criterios claves de selección al escoger las empresas a investigar. Acorde a la localización, sectores declarados como ventajas de oportunidad, empresas que se encontraban en distintas etapas de crecimiento, carácter innovador y empresas en diversas etapas de desarrollo.

Cuando la prioridad de una investigación consiste en estudiar los emprendimientos y la factibilidad en el tiempo, los investigadores se basan en la etapa de incubación, es decir, estudian a aquellas empresas que han logrado nacer, observar las características y factores de éxito de las mismas. Sin embargo, el proceso de creación se inicia mucho antes, con la concepción de la idea misma (Graña, 2015).

Molina & Acevedo (2011) mencionan que:

La investigación que se lleva a cabo sobre la caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del Rosario, necesita una fuente de información adecuada que valide cuáles serían esas competencias necesarias a desarrollar, asumiendo el supuesto de que todo individuo posee en algún grado de comportamientos emprendedores traducibles en competencias para el emprendimiento de negocios (p.27).

La metodología de este estudio, se basó en el modelo de las teorías de las necesidades de McClelland, el cual mediante la asociación de algunas variables describe cómo debe ser el comportamiento del emprendedor. Para ello se realizó un cuestionario de 55 preguntas, con 10 variables que van a permitir obtener la información requerida. Las variables analizadas, se dividieron en tres categorías: necesidades de logro, las necesidades de afiliación y las necesidades de poder. El instrumento de medición está dividido en dos categorías de variables. Las primeras son variables de tipo demográfico. La segunda categoría se refiere a la medición variables o características del comportamiento emprendedor mediante un cuestionario estructurado de 55 preguntas (Cardona Acevedo & Pulgarín Molina, 2011).

Entre los estudios analizados, se considera que la metodología estadística más efectiva para identificar los factores causantes de un fenómeno, corresponde a la empleada por

Arteaga & Lasio (2009), quienes emplean un modelo de regresión logística a través del modelo Hosmer y Lemeshow, la aplicación de esta técnica requiere de la dicotomización de las variables y la clasificación de estas en una variable dependiente y varias covariables o variables independientes.

La información obtenida en este apartado, es de gran utilidad para la investigación, ya que forma una base sólida para comprender la realidad de los factores claves de éxito de emprendedores en un ámbito regional, nacional e internacional y los problemas que conlleva el no tener el conocimiento ni la información adecuada. Además, las investigaciones citadas constituyen un referente para determinar el enfoque y alcance de la investigación.

2.2. Fundamentación Legal

Constitución de la República del Ecuador

El artículo 39 de la Constitución de la República garantiza el derecho de los jóvenes a participar en políticas y programas sociales, así como su inclusión al entorno laboral y principalmente a promover sus actividades de emprendimiento.

Ley Orgánica de Cultura y Patrimonio

El título octavo de esta ley, referente al subsistema de artes e innovación, en el artículo 103 especifica las atribuciones de este organismo, entre las cuales es posible destacar al literal d, que señala que el subsistema tendrá como prioridad “Impulsar y fortalecer los emprendimientos e industrias culturales y creativas”. Esto se complementa con el artículo 109, el cual describe las características que debe tener un emprendimiento para ser llamado como tal, “Se entenderá por emprendimiento cultural o creativo toda actividad desarrollada por actores emergentes en un ámbito cultural o creativo hacia la producción de un nuevo o significativamente mejorado bien, servicio o proceso”.

En esta ley, además es factible conocer el mecanismo de actuación del principal organismo competente a la promoción de actividades relacionadas al emprendedorismo que es la Subsecretaría de Emprendimientos Culturales, es importante recalcar que esta subsecretaría surge ante la carencia de un sistema de fomento, circulación y consumo de emprendimientos e industrias culturales y creativas.

2.3. Fundamentación Teórica

Las empresas son la base del comercio en todo el mundo, y definir lo que es una empresa es muy complejo dado que, no es algo concreto, pero sin embargo, abarca diversos factores como son el dinero y las personas que a través de su combinación se complementan.

Una empresa es una combinación organizada de dinero y de personas que trabajan juntas, que produce un valor material (un beneficio) tanto para las personas que han aportado ese dinero (los propietarios), como para las personas que trabajan con ese dinero en esa empresa (los empleados), a través de la producción de determinados productos o servicios que venden a personas o entidades interesados en ellos (los clientes). (Lòpez, 2009, pág. 29)

El emprendimiento se deriva de la palabra *entrepreneur*, que significa estar listo para iniciar algo o tomar decisiones. Su origen es francés y se da en el siglo XVIII por Richard Cantillon, ya desde aquellas épocas se orientaba al emprendimiento con un sentido económico en donde un agente asumía riesgos en el mercado para la combinación de factores productivos con el fin de ofrecer nuevos productos y servicios (Rivera Martínez & Muñoz, 2011).

Pereira citado por Rivera & Muñoz, (2011) especifica que “los trabajos de Schumpeter, al introducir la idea de que el emprendedor es un innovador, permitieron

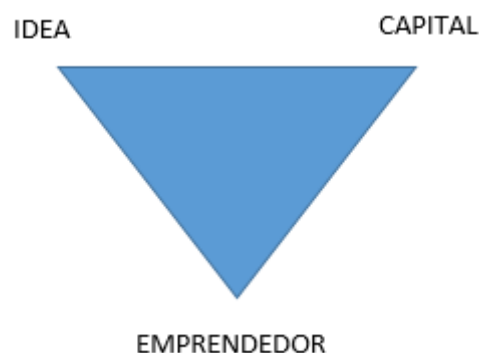
diferenciar el concepto de emprendimiento de los de inversionista y empresario” (p. 63). Acorde a los consejos presentados es posible identificar que el concepto de emprendimiento ha cambiado a través del tiempo, ya que un emprendedor no solo es aquel que puede mantener un negocio y manejar adecuadamente sus finanzas, sino también aquel que es innovador y revoluciona el mercado con ideas nuevas que impactan al consumidor.

Existen diversos factores de éxito que se deben tomar en cuenta al formar un emprendimiento. Por lo que se debe entender que el emprender es una capacidad básica que se ha de inculcar mediante el aprendizaje permanente, al demostrar que cualquier persona con la educación adecuada puede adquirir estas habilidades y volverse una persona emprendedora (Moriano León, Palací Descals, & Morales Domínguez, 2006).

Además, existen teorías de emprendimiento según diversos autores que se detallan a continuación:

La teoría del triángulo invertido se basa en tres componentes. Que se presenta a continuación.

Ilustración 2.1: Teoría del Triángulo Invertido por Andy Freire



Fuente: Elaboración propia a partir de Gómez (2012).

Como se puede observar el apoyo y punto central es el emprendedor quien necesita de dos componentes para poder llegar a su fin. En primer lugar, la idea de negocio, la cual debe tener viabilidad en el mercado, y a continuación el capital, ya que sin el mismo no se podría dar inicio al emprendimiento. Esta teoría nos explica que cuando un emprendimiento fracasa es por la falla de alguno de estos tres componentes. Además, el emprendedor es el punto central por lo que dependerá de la firmeza de él, para que el modelo no se derrumbe.

La teoría del emprendimiento según Schumpeter, comprende al emprendedor como una persona extraordinaria que debe promover nuevas combinaciones o innovaciones.

“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”. (Gómez, 2012, pág. 1)

El emprendedor debe ser una persona que innove constantemente y revolucione el mercado, pero si el emprendedor se esfuerza demasiado por lograr destacar con una idea o un negocio nuevo puede recaer en desear establecer posiciones monopólicas y si no lo logra fracasar y frustrarse por ello, cuando el mercado es muy amplio y se puede invertir en diversos tipos de negocios y obtener la rentabilidad deseada.

La teoría de emprendimiento de la escuela austríaca, basada en el autor Mises, nos menciona que el emprendedor es aquel que se enfrenta al mercado en una situación de incertidumbre, y que se confronta con factores como el precio, ganancias y pérdidas; que con el tiempo se van convirtiendo en conocimiento generado lo que

reduce la inseguridad. Por otro lado, para Kirzner, el emprendedor es el que sabe aprovechar y reconocer las oportunidades que existen en situaciones inciertas, antes que cualquier otra persona, lo que le genera una ventaja competitiva (Gómez, 2012).

Las diferencias entre la escuela austríaca y la de Schumpeter, son visibles por el hecho de que los austríacos acentúan la existencia continua de la competencia y la oportunidad emprendedora, mientras que Schumpeter se centra en la naturaleza temporal de la actividad y los disturbios generados por las nuevas combinaciones ofrecidas en el mercado. Para Scumpeter, el emprendedor es el que genera nuevas oportunidades en el medio mientras que los austriacos consideran que los cambios que se emiten por la actividad emprendedora son los que equilibran el mercado, por lo que se produce un cambio significativo, pero ya dentro de una situación existente (Gómez, 2012).

La teoría del emprendedor según Howard Stevenson, se establece en la década de los 80's y respalda la idea de que un emprendedor debe apoyarse más en las oportunidades que en los recursos, y aprovecharlas. Para Stevenson el desarrollo personal va ligado con el desarrollo de la empresa por lo que la enseñanza tiene un gran impacto en la formación de líderes comerciales, ya que esta teoría considera que para poder crecer se necesita de mucho esfuerzo y para generar riqueza hay que partir de una base pequeña que con el tiempo se conforme en un equipo cada vez más grande (Gómez, 2012).

La teoría de Allan Gibb: es aquella teoría que enfatiza la educación empresarial y lo importante que es impartirla desde temprana edad, para formar líderes de alto impacto y rendimiento (Gómez, 2012).

Por lo tanto, y en base a la importancia de dichas características y habilidades, varios autores mediante investigaciones han definido cuales son las más representativas para ellos, y se presentan en el cuadro que antecede.

Como se puede observar, cada autor tiene una opción diferente acerca de los factores de éxito que debe tener un emprendedor, aunque muchos de ellos coinciden en algunas características, ninguno comparte exactamente el mismo pensamiento. Por lo que se llega a la conclusión de que una de las características más importante es la innovación, aunque no todos los autores lo mencionen, pero es aquella que diferencia un emprendedor de un empresario. Otras características que destacan son la construcción de redes y el manejo de la ambigüedad.

Cuadro 2.1: Comparación sobre los Factores de Éxito del Emprendedor

Autor	Año	Características
Kirby	2004	La capacidad para tolerar la ambigüedad e incertidumbre; control de sus propias emociones; creatividad, que le posibilita el pensar de forma no convencional; orientación al logro y a las oportunidades; autonomía, dado que el emprendedor desea tener el control de las situaciones y competencia para la negociación.
Gibb	2005	Aprendizaje experiencial, necesidad de desarrollar de manera apropiada comportamientos, actitudes y habilidades emprendedoras.
Sarasvathy	2001	Competencias como la resolución de problemas, trabajo en equipo, manejo de la incertidumbre y formación de redes sociales.
Timmons	2007	La construcción de relaciones cercanas; saber manejar las paradojas y contradicciones, manejo de la ambigüedad; capacidad para la creación de grupos de trabajo; la perseverancia; y la iniciativa dado su insatisfacción constante con el statu quo.

Gómez y Satizábal	2007	La conformación de redes; la resolución de problemas; asumir riesgos; orientación al logro y a las oportunidades; trabajo en equipo; autonomía; creatividad e iniciativa.
-------------------	------	---

Fuente: Elaboración propia a partir de Correa Correa, Delgado Hurtado, & Conde Cardona (2011).

Para poder entender a una persona emprendedora y el desenvolvimiento de la misma en el entorno es necesario comprender que el mismo puede ser complejo y variado. Así como las tendencias culturales y la aplicación en el ámbito empresarial de la persona. Existen cuatro perspectivas acerca del emprendimiento que analizan el entorno tanto interno como externo para comprender al momento del estudio, y son:

- **La perspectiva comportamental o de comportamiento**

Desde el punto de vista de esta perspectiva el emprendimiento se convierte en la suma de varias influencias, como son el factor económico, psicológico, cultural y social que lo rodea para entender que impulsores influenciaron su vida (Ramírez, 2009).

- **Perspectiva psicológica o cognitiva**

Esta perspectiva se basa en dos corrientes, en la primera está la cognitiva, que tiene que ver con el saber del emprendedor y su capacidad para aprender. Y por otro lado está la corriente antropológica, que destaca el deseo de la persona por el desarrollo social, en otras palabras representa el esfuerzo de la misma por buscar un cambio (Ramírez, 2009).

- **La perspectiva de procesos**

Esta perspectiva mide el avance con el pasar del tiempo y la creación de valor monetario. Se fundamenta en recursos y capacidades de la persona y la obtención de los mismos a través de la reacción reactiva frente a las condiciones del mercado (Ramírez, 2009).

- **La perspectiva económica**

Son las acciones del individuo para justificar la maximización de su capital. Esta perspectiva está ligada con la comportamental, ya que, según la corriente antropológica, el destino del capital obtenido se ocupará en el desarrollo social. A diferencia de la corriente cognitiva que se destinará para la reinversión o deseos de superación de la persona (Ramírez, 2009).

Asimismo, otra perspectiva de análisis es aquella que menciona a los intraemprededores, que son personas que comparten características emprendedoras, pero no son propietarios de la organización, ni de la idea de negocio, proponen y llevan a cabo proyectos que satisfacen las necesidades humanas y ayudan a mejorar la capacidad competitiva de la empresa a la cual están vinculadas como funcionarios, generalmente, en relación de dependencia (Core Business Ekos, 2015).

Las perspectivas se deben tomar en cuenta en el momento de análisis de los emprendedores, ya que las mismas nos van ayudar a determinar de mejor manera que factores son los que en realidad convirtieron a los emprendedores en personas exitosas. Se debe tomar en cuenta que cada uno de ellos afrontó diferentes situaciones por lo que los factores de éxito que se determinen van a depender del entorno externo e interno.

Como se mencionó anteriormente una característica infalible al momento de hablar de emprendimiento es la innovación y creatividad. Por ello, para una adecuada comprensión de este término, es de gran utilidad partir de su origen etimológico, innovar proviene del latín innovare, que significa cambio (RAE, 1992). Por lo que se puede deducir que innovar implica cambiar o mejorar aspectos de productos o cosas en general.

Para acotar a lo explicado en el párrafo anterior es imprescindible describir el concepto de Joseph Alois Schumpeter, el cual es uno de los padres de las teorías del emprendimiento basado desde un punto de vista económico. Este autor es citado por Linares (2010) quien afirma:

La innovación es el hecho sobresaliente en la historia económica de la sociedad capitalista, o en lo que hay de puramente económico de esa historia, y también que es en buena medida responsable de gran parte de lo que a primera vista atribuiríamos a otros factores (p. 23).

De esta definición es importante resaltar y comprender que la innovación implica un proceso de mejora a algo preexistente, y es motivada por el factor económico y con ello el desarrollo de otros atributos que poseemos, tal como la creatividad, término que Cabra & Horacio (2011) lo define como “la capacidad para dar origen a nuevos productos o servicios o mejorar los actuales y para formar nueva tecnología o adecuar la existente a las nuevas necesidades del mercado” (p.42).

Por último, un factor clave que incide en el éxito de un emprendimiento, corresponde a la facilidad que el individuo posea para ejercer liderazgo principalmente sobre los grupos de interés de la organización en desarrollo. Para Senge (2005):

El liderazgo es la creación de un ámbito en el cual los seres humanos continuamente profundizan en su comprensión de la realidad y se vuelven más capaces de participar en el acontecer mundial, por lo que tiene que ver con la creación de nuevas realidades (p.99).

El concepto presentado resalta la importancia de la participación de todos los miembros de la organización que promueva un cambio efectivo en el rendimiento grupal. La definición de Kotter aporta una característica relevante que se relaciona con la capacidad de influenciar a la gente para que se involucre con la consecución de los objetivos empresariales (Kotter, 2014).

A la persona que posee las características indicadas, y que en general encabeza o dirige un grupo social, se le denomina líder.

Con respecto a la clasificación o tipología de liderazgos, no existe un consenso y este es un aspecto muy variable entre los autores. Snell & Scott (2009) establecen una clasificación objetiva y práctica con respecto a los tipos de liderazgo, éstos se detallan a continuación:

- **Liderazgo Laissez-Faire**

También conocido como liderazgo delegativo, es un estilo característico por la falta de intervención y falta de retroalimentación, el término Laissez-Faire proviene de la palabra francesa dejar pasar, sin embargo, esto no significa una despreocupación total del individuo, por el contrario, significa que el directivo intervendrá únicamente cuando sea necesario (Vila, 2017).

- **Liderazgo autoritario**

El eje central de este modelo de liderazgo, es la autoridad del supuesto líder, este tipo de liderazgo está marcado por la falta de libertad comunicacional y de movimientos en el grupo, por lo que se convierte en un poder absoluto. La comunicación asertiva no existe, por lo que la opinión de los demás no es de interés para el líder y los limita solo a cumplir órdenes sin libertad de plantear ninguna sugerencia. En este modelo toda la responsabilidad recae sobre el líder del equipo y genera a su vez un alto índice de rotación en el personal por la desconformidad en la que se trabaja, en fin este tipo de liderazgo no suele funcionar demasiado bien para equipos de profesionales cualificados (Vila, 2017).

- **Liderazgo democrático**

La mayor característica del liderazgo democrático es que el líder tiene la última palabra y decisión pero a su vez el líder es capaz de escuchar, ayudar, atender recomendaciones y opiniones de los miembros del equipo, por lo que es un modelo que genera un gran nivel de satisfacción, incrementando la motivación, productividad y rentabilidad de la empresa. Este tipo de liderazgo toma tiempo en desarrollar pero los resultados son muy beneficios por lo que vale la pena aplicarlo (Vila, 2017).

- **Liderazgo Carismático**

El líder carismático es de los más conocidos y comunes en las empresas. Se basa en generar sentimientos, seguridad y apoyo al grupo, por lo que este líder crea fuertes habilidades comunicativas, a través de palabras, gestos y formas de actuar. Este modelo genera en el equipo entusiasmo y deseo de realizar el proyecto de la mejor manera por lo que fluye de una forma natural cumpliendo con los objetivos establecidos (Vila, 2017).

- **Liderazgo natural**

El líder natural es aquel que no está reconocido como tal, sin embargo toma el rol de líder del grupo sin que nadie cuestione las decisiones que toma. Existen personas que llevan en sus genes el liderazgo y en proyectos sin darse cuenta empiezan a generar esta destreza y los miembros del equipo se vuelven participes de este líder por lo que es muy apreciado y reconocido (Vila, 2017).

Medición del éxito empresarial

De acuerdo con Cruz (2013), si bien para medir el éxito empresarial, se consideran varias métricas, uno de los principales y más utilizados parámetros empleados como

indicador de éxito corresponde al aspecto financiero, este a la vez puede incluir un análisis de los ingresos brutos, el flujo de efectivo y las utilidades. Además, sugiere que este debe ser comparado con las fases de la inversión y de la situación de la organización en el mercado. Si bien el aspecto cuantitativo es probablemente el más relevante, hay que considerar otros aspectos de vital importancia como la posición competitiva en el mercado para la supervivencia y el éxito de la empresa a largo plazo.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque

Hernández, Fernández & Baptista (2014) aseguran que:

El enfoque cuantitativo se basa en la recolección de datos, en base a la medición numérica y el análisis estadístico para establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (p.4)

El enfoque cualitativo es aquel que utiliza la recolección análisis de datos para afinar la pregunta de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. (p.7)

La investigación tiene como propósito determinar los factores claves de éxito del líder emprendedor ambateño, para lo que se tomará como referencia las narrativas individuales de líderes exitosos del cantón, obteniendo información de carácter subjetivo, que será sometida a un análisis profundo y contrastada con la literatura consultada. También nos permitirá encontrar nuevas interrogantes que enriquecerán el estudio. Por tal motivo, el enfoque del presente proyecto es de carácter cualitativo.

Asimismo, se hará una recolección de datos de forma masiva a pequeños y medianos empresarios, en donde el análisis estadístico y numérico tendrá una secuencia específica, con un enfoque cuantitativo.

3.2. Modalidades de investigación

3.2.1. Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica es la herramienta para conocer lo que nos rodea y su carácter universal, también nos permite utilizar la información registrada en documentos para poder realizar su propia investigación siendo un proceso cambiante, dinámico y

continuo necesario en una investigación (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

La investigación bibliográfica para el presente proyecto investigativo, se basó principalmente en la revisión de libros actualizados, de temas relacionados a las características de los líderes, los tipos de liderazgo y principalmente sobre los aspectos característicos de los líderes emprendedores exitosos. Además del análisis de la literatura de los temas relacionados al objetivo de la investigación, se procedió con un análisis crítico de las principales investigaciones realizadas a nivel global, regional y local con respecto al éxito de los emprendimientos, para lo que se procedió a la revisión de revistas científicas de renombre como Scopus y de repositorios digitales como Redalyc.

3.2.2. Investigación de Campo

La investigación de campo es la recopilación de datos nuevos con fuentes primarias para un propósito específico, se realiza en el lugar de los hechos y utiliza técnicas de recolección de datos como la observación directa, la entrevista, la encuesta y el cuestionario. Está encaminado a entender, observar y compartir con personas en su entorno natural (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

La investigación de campo implica la recolección de información directamente de la fuente a través de entrevistas y encuestas a empresarios ambateños que posean una trayectoria de éxito en el ámbito empresarial.

3.3 Tipos de Investigación

3.3.1. Investigación exploratoria

Es aquella que en la mayoría de ocasiones anteceden a investigaciones de alcance descriptivo o correlacional. Se dan este tipo de investigaciones cuando el tema a ser

estudiado es poco conocido o no se abordado con anterioridad (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

En lo relevante a la investigación existe información relacionada al tema, algunas ideas, pero no orientadas a la perspectiva de análisis deseadas.

3.3.2. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva buscar especificar las propiedades y características importantes del objeto de estudio, es decir mide o recoge información ya sea de manera independiente o conjunta, pero sin relacionarlas entre sí (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

La investigación es de carácter descriptiva porque como resultado tendremos información detallada sobre factores claves de los emprendedores ambateños; del mismo modo para que esta investigación se realice adecuadamente se debe tener en claro las variables a ser medidas.

3.4 Fuentes de Investigación

3.4.1 Fuentes Primarias

Constituyen el resultado del análisis de la información obtenida de la aplicación de encuestas a los sujetos de estudio.

3.4.2 Fuentes Secundarias

Están conformadas por los libros referentes a: emprendimiento, éxito empresarial, liderazgo y características de los líderes exitosos, esta información se complementa con los artículos científicos, disertaciones e investigaciones en general realizadas tanto a nivel nacional como internacional, que contribuyeron al desarrollo metodológico del presente proyecto investigativo.

3.5 Población y muestra

3.5.1. Población

Para delimitar la población, se tomó como referencia al número de emprendimientos registradas en el SRI, con un estado de contribuyente activo, con el tipo de contribuyente establecido como sociedad y persona natural, por último, que sean pertenecientes al cantón Ambato. Del mismo modo se consideró relevante no tomar en cuenta empresas públicas de la ciudad. El número de empresas de acuerdo a la fuente es de 233 (Servicio de Rentas Internas, 2017).

3.5.2 Tipo de muestreo

La investigación va a llevar a cabo un muestreo aleatorio estratificado, en el cual los sujetos de estudio poseen una gran homogeneidad para asegurar que los estratos de interés estarán representados en la muestra, y con esto además reducir a gran escala el error muestral.

En base a esto se procede a aplicar la fórmula de muestreo, que según Spigel (2010), es:

Datos

n = Tamaño de la muestra;

e = Error de muestreo 0.05 (5%);

Z = Nivel de confiabilidad 95% /100 = 0.95/2 $Z = 1.96$;

P = Probabilidad de ocurrencia 0.5;

Q = Probabilidad de no ocurrencia $1 - 0.5 = 0.5$;

N = Población 233

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

$$n = \frac{233 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(233 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 145,26 = 145$$

El número de encuestados, de acuerdo a la fórmula y en base a un nivel de confianza del 95% y un error estándar del 0,05%, será de 145 emprendedores.

Finalmente, los resultados de la investigación, serán depurados y analizados a profundidad, para llegar a una conclusión concreta con respecto a los factores de éxito de un emprendedor ambateño.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección

3.6.1. Encuesta

Aznar, Gallego & Medianero (2015), afirman:

La encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas subjetivas de la población.

(p. 44)

Se va a realizar una encuesta descriptiva en la que se espera definir la situación de la población, las preguntas van a ser cerradas por lo que se dispone de opciones para que el encuestado pueda responder, además se van hacer de forma personal y con un contenido basado en los hechos por lo que no se espera emitir juicios de valor.

3.7 Validación del instrumento

Escala: Análisis de fiabilidad del instrumento

Con el fin de corroborar la pertinencia y utilidad del instrumento empleado, se consideró oportuno someter al mismo a un análisis de correlación estadística de las preguntas a través del alfa de Cronbach con el programa estadístico *Statistical Package for Social*

Sciencies (SPSS), se empleó esta técnica por lo que la mayoría de preguntas son de opción múltiple.

La tabla 3.1, hace referencia al número de respuestas válidas y excluidas, es oportuno precisar que el porcentaje de excluido, corresponde a preguntas de filtro cuya respuesta no es obligatoria y a otras preguntas abiertas, en las cuales varias personas decidieron no responder.

Tabla 3.1: Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	96	66,2
	Excluido	49	33,8
	Total	145	100,0

Fuente: Elaboración propia, a partir del sistema estadístico SPSS.

Tabla 3.2: Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,826	17

Fuente: Elaboración propia, a partir del sistema estadístico SPSS.

Como se observa en la tabla, el resultado del alfa de Cronbach es de 0.826, lo que se considera un valor óptimo para el presente tipo de investigación, y es posible asegurar que existe un nivel adecuado de consistencia interna del instrumento.

Para obtener una mayor confiabilidad del instrumento de recolección además se llevó a cabo la validación del cuestionario a través del Juicio de Expertos, en el cual un profesional de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ambato, llevo a cabo la respectiva revisión y mediante un instrumento de evaluación denominado Método de Proyecto calificó al cuestionario con un puntaje del 95%.

3.9 Procesamiento y análisis de la información

- Se va a realizar una revisión bibliográfica, tanto en fuentes primarias como secundarias con el aporte de diversos autores con el fin de enriquecer la investigación.
- A continuación, se va a recopilar la información pertinente para la investigación mediante la aplicación de encuestas de las cuales se puede obtener datos estadísticos y numéricos para un análisis adecuado, mismas que se llevaran a cabo a emprendedores de la ciudad de Ambato.
- Después se hará un análisis y tabulación de la información adquirida.
- Y finalmente se presentará un informe con los factores de éxito del líder emprendedor ambateño.

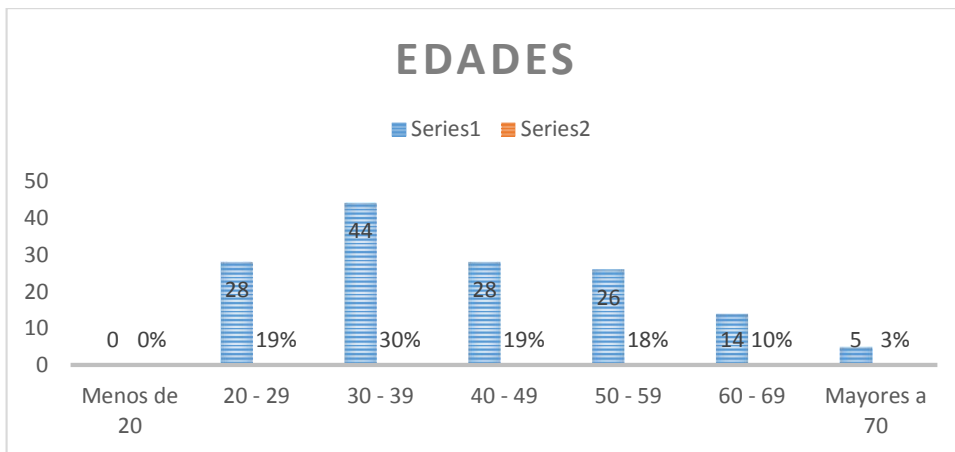
CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.1 Encuesta dirigida a los emprendedores de la ciudad de Ambato.

a) Información General

Ilustración 4.1: Edades por categorías



Fuente: Elaboración propia, a partir de encuestas realizadas.

Ilustración 4.2: Edades por categorías

Categoría de edad	Número	Porcentaje
Menos de 20	0	0%
20 – 29	28	19%
30 – 39	44	30%
40 – 49	28	19%
50 – 59	26	18%
60 – 69	14	10%
Mayores a 70	5	3%
TOTAL	145	100%

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

Como se observa en la tabla N.-3, el 30% de emprendedores tiene de 30 a 39 años de edad, lo que demuestra que ya son personas maduras y en su mayoría profesionales. Por otro lado, el menor porcentaje es del 3% que equivale a personas mayores a 70 años. Como conclusión se puede decir que existen emprendedores de diversas edades, ya que no perjudica ni interviene el factor de edad para que las personas empiecen a emprender o mantengan sus empresas.

Tabla4.1: Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Hombre	90	62,1	62,1	62,1
Mujer	55	37,9	37,9	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

Como se puede observar en la tabla 4.1, el 62,1% son hombres y el 37,9% mujeres. Es decir, la tabla explica que la mayoría de emprendedores encuestados fundadores de empresas fueron del sexo masculino.

Tabla 4.2: Formación Académica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bachiller	55	37,9	37,9	37,9
Universitario	76	52,4	52,4	90,3
Masterado	11	7,6	7,6	97,9
Doctorado	2	1,4	1,4	99,3
Ninguno	1	,7	,7	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

Como se puede observar en la tabla 4.2, la mayoría de emprendedores encuestados tienen estudios universitarios con un porcentaje del 52,4%, seguidos de bachilleres con un 37,9%, en lo referente a los masterados se tiene un 7,6%, en doctorados se encuentra el 1,4% y por último ningún grado de escolaridad se tiene un 0,7% siendo el porcentaje más bajo de todos. La conclusión a la que se llega con estos datos es que los emprendedores tienen un nivel de estudio medio, por lo que, la mayoría han estudiado por lo menos la universidad, pero no continúan con su preparación académica. En el caso de muchos de ellos, un factor importante es el tiempo que les llevan sus empresas. Por otro lado, otro factor importante de análisis es que son pocos los que no tienen ninguna clase de estudio, por lo que la formación académica es una variable fundamental en la investigación.

Tabla 4.3: Sector del negocio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Producción	32	22,1	22,1	22,1
Servicios	40	27,6	27,6	49,7
Comercial	73	50,3	50,3	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Elaborado por: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

Como se puede observar en la tabla 4.3, el sector de negocio que más escogen los emprendedores al fundar una empresa es el comercial con un 50,3%, seguido del sector de servicios con un 27,6% y por último el sector productivo con un 22,1%. Una de las causas para que la mayoría de emprendedores escojan el sector comercial es por la facilidad que este puede brindar en el comienzo, porque, si se escoge un sector productivo la inversión es más grande y el riesgo mayor, y si se escoge un sector de servicios este requiere personal capacitado lo que es un problema más adelante.

Tabla 4.4: Experiencia Laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Empleado	12	8,3	8,3	8,3
Empleado/empresario	104	71,7	71,7	80,0
Empresario	29	20,0	20,0	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Elaborado por: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

Como se puede observar en la tabla 4.4, el 71,7% primero han decidido ser empleados antes de emprender con sus propias empresas, con el fin de ganar la mayor experiencia posible o a su vez decidir en qué campo es el que quieren invertir, por otro lado, el 20% han sido toda su vida empresarios quienes han asumido más riesgos y el 8,3% de los

encuestados aún son empleados de las empresas de éxito que desean muy pronto empezar a emprender.

Tabla 4.5: Estatus económico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Alto	14	9,7	9,7	9,7
Medio	125	86,2	86,2	95,9
Bajo	6	4,1	4,1	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

Como se puede observar en la tabla N.-8, el 86,2% de los encuestados consideran que tienen un estatus económico medio, seguidos del 9,7% que afirmaron tener un estatus económico alto y por último el 4,1% que consideran tener un estatus económico bajo.

Tabla 4.6: Experiencia emprendedora

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ha fundado por lo menos una empresa antes de la actual	51	35,2	35,2	35,2
Solo ha fundado la empresa actual	86	59,3	59,3	94,5
Está en proceso de fundación de una empresa	8	5,5	5,5	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

Como se puede observar en la tabla 4.6, el 59,3% de emprendedores solo han fundado la empresa actual, pero muchos de ellos tienen planes a futuro de empezar e incursionar en nuevos proyectos, el 35,2% ya han fundado por lo menos una empresa antes de la actual, pero no todos ellos han logrado mantener hasta la actualidad todas las empresas que han fundado y han optado por quedarse solo con una, vendiendo las otras. Y por último el 5,5% están en proceso de fundación de una nueva empresa, pero por cambios políticos y

económicos del país la mayoría de ellos se mantiene a la espera que existan mejores condiciones para invertir.

Tabla 4.7: Tamaño de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Grande	7	4,8	4,8	4,8
Mediano	107	73,8	73,8	78,6
Pequeño	31	21,4	21,4	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

Como se puede observar en la tabla N.-10, el 73,8% de las empresas que se han fundado tienen un tamaño mediano, el 21,4% son empresas pequeñas que se encuentran en crecimiento y el 4,8% empresas grandes.

Tabla 4.8: Número de empleados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 1-9	117	80,7	80,7	80,7
De 10-49	20	13,8	13,8	94,5
De 55-199	8	5,5	5,5	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

Como se puede observar en la tabla N.-11, el 80,7% tiene de 1 a 9 empleados, seguidos por el 13,8% que tienen de 10-49 empleados y por último el 5,5% que tienen de 55 a 199 empleados. Es importante mencionar que la mayoría de emprendedores tiene empresas de comercialización por lo que no necesitan demasiado personal. Adicional es importante el comentario recibido en la ejecución directa de la encuesta: las grandes empresas manifestaron que depende de las temporadas altas y bajas para el contrato de personal.

Tabla 4.9: Valor Bruto de ventas anuales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$100.000	105	72,4	72,4	72,4
\$100.001- \$1.000.000	28	19,3	19,3	91,7
\$1.000.001- \$5.000.000	9	6,2	6,2	97,9
> \$5.000.000	3	2,1	2,1	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Elaborado por: Ma. Fernanda Uvidia

Análisis:

La tabla N.-12, indica que el 72,4% tiene un valor bruto de ventas anuales igual o menor a \$100.000, el 19,3% tienen valor entre \$100.001 y 1.000.000, el 6,2% desde \$1.000.000 a \$5.000.000, y por último el 2,1% supera los \$5.000.000.

Tabla 4.10: Pregunta N°1

¿Cuáles fueron los factores que lo motivaron a convertirse en emprendedor?

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N°	Porcentaje	
Realización personal	47	24,1%	32,6%
Estatus social	3	1,5%	2,1%
Contribuir a la sociedad	12	6,2%	8,3%
Independencia laboral	59	30,3%	41,0%
Estímulo familiar	25	12,8%	17,4%
Mejorar su nivel de ingresos	49	25,1%	34,0%
Total	195	100,0%	135,4%

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

La tabla N.-13 indica que el 30,3% de las personas que deciden emprender lo realizan por independencia laboral, es decir lo hacen para poder tener libertad y no tener que obedecer órdenes de otros. El 25,1% emprende por mejorar el nivel de sus ingresos, mientras que el 24,1% lo hace por la realización personal, que demuestra que lograron cumplir con sus objetivos de vida. El 12,8% lo hace por un estímulo familiar, en este caso podemos referirnos a la necesidad, puesto que, se deben tomar decisiones inmediatas y arriesgarse

con tal de buscar un mejor futuro para la familia. El 6,2% busca contribuir a la sociedad, con la creación de fuentes de trabajo y dinamizando la economía. Y por último el 1,5%, que es un porcentaje muy bajo quiere mantener un estatus social alto y es lo que les motiva a emprender.

Tabla 4.11: Pregunta N°2

¿Cuál fue su conocimiento previo al inicio de su negocio?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Experiencia como empleado	53	36,6	36,6	36,6
Capacitación	24	16,6	16,6	53,1
Asesoría familiar/amigo	40	27,6	27,6	80,7
Asesoría de un técnico	5	3,4	3,4	84,1
Sin conocimiento	23	15,9	15,9	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

La tabla 4.11, menciona que el 36,6% para poder iniciar su negocio adquirieron experiencia como empleados, el 27,6% tuvo alguna asesoría de un familiar o amigo. En el caso de la referencia de un familiar, los nuevos emprendedores decidieron poner negocios similares al de sus cercanos basándose en la experiencia de los mismos y obteniendo una gran ventaja que los ayudaría a posicionarse más rápido, pero siempre con la diferencia que cada nuevo negocio tenía un valor agregado de los demás. Por otro lado, el 16,6% buscó capacitación en lo referente al negocio que iban a empezar, 15,9% no tenía ningún conocimiento del giro del negocio sin embargo incursionó y fue aprendiendo en la marcha. Por lo que se demuestra que algunas personas prefieren aprender poco a poco que tener que invertir algún recurso económico. Y por último el 3,4% tuvo asesoría de un técnico.

Tabla 4.12: Pregunta N°3

¿Cuáles fueron las fuentes de ideas de negocio que utilizó?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Interacción con otras personas	100	69,0	69,0	69,0
Internet	34	23,4	23,4	92,4
Artículos académicos	5	3,4	3,4	95,9
TV	2	1,4	1,4	97,2
Prensa	4	2,8	2,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Elaborado por: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

La tabla N.-15, menciona que el 69% de los emprendedores obtuvieron su idea de negocio mediante la interacción con otras personas, es decir en su mayoría se crea la idea en reuniones, en conversaciones con familiares, amigos u otros emprendedores que tenían ideas potenciales. El 23,4% lo obtuvieron a través internet, por el incremento en la facilidad de acceso al mismo que existe hoy en día, el 3,4% por medio de artículos académicos, el 2,8% por medio de la prensa y por último el 1,4% por medio de TV.

Tabla 4.13: Pregunta N° 4

¿Qué herramientas utilizó para la preparación del proyecto?

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Plan de negocios	112	72,7%	77,2%
Flujo de caja	13	8,4%	9,0%
Calculo de tasa interna de retorno	8	5,2%	5,5%
Estudio de Mercado	20	13,0%	13,8%
Planeación	1	0,6%	0,7%
Total	154	100,0%	106,2%

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

La tabla 4.13, menciona que para el inicio del negocio la herramienta que más se usó fue el plan de negocios con un 72,7%, ya que lo consideran el más fácil para llevar a cabo, el 8,4% hizo un flujo de caja que determina la liquidez del negocio, el 5,2% realizó un cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) que implica que dieron prioridad al análisis de la rentabilidad que ofrece la inversión; por otro lado el 13% se basó en un estudio de mercado en donde los emprendedores hicieron un trabajo de campo para determinar la relevancia del nuevo emprendimiento, y además evaluar los mejores lugares para ubicarse y lograr una rentabilidad más alta.

Tabla 4.14: Pregunta N°5**¿De qué manera obtuvo su capital inicial?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Préstamos bancarios	59	40,7	41,5	41,5
Ahorros personales	65	44,9	43,7	85,2
Inversores	6	4,1	4,2	89,4
Provistos por familiar/amigo	15	10,3	10,6	100,0
Total	145	100,0		

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

La tabla N.-17, menciona que el 44,9% obtuvo su capital inicial mediante ahorros personales, el 40,7% realizó préstamos bancarios, el 10,3% obtuvo el capital mediante un familiar o amigo y por último el 4,1% mediante inversores. Lo que demuestra que un porcentaje más alto de los emprendedores prefieren tener primero un capital antes de empezar un negocio al endeudamiento.

Tabla 4.15: Pregunta N° 6**¿Cuáles fueron las dificultades y barreras al momento de emprender?**

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Acceso a información de mercado	10	4,3%	6,9%
Dificultades para desarrollar nuevos productos/servicios	14	6,0%	9,7%
Conseguir proveedores adecuados	26	11,2%	17,9%
Enfrentar una competencia intensa	49	21,1%	33,8%
Asumir riesgos	52	22,4%	35,9%
Cumplir con las normas y leyes laborales	23	9,9%	15,9%
Atraer y retener empleados calificados	26	11,2%	17,9%
Conseguir financiamiento	32	13,8%	22,1%
Total	232	100,0%	160,0%

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.**Análisis:**

La tabla 4.15, muestra que las dificultades y barreras al momento de emprender son extensas en el Ecuador, pero la más relevante es asumir riesgos con una 22,4%, seguido del 21,1% que es enfrentar una competencia intensa, por otro lado, el 13,8%, que afirma que conseguir el financiamiento adecuado es la dificultad más predominante ya que las instituciones bancarias piden demasiados requisitos antes de emitir un crédito o en muchos de los casos no los emiten.

Tabla 4.16: Pregunta N°7**¿Cómo es su preparación académica a nivel personal?**

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Libros	45	19,3%	31,0%
Revistas	15	6,4%	10,3%
Periódicos	21	9,0%	14,5%
Sitios web	56	24,0%	38,6%
Publicaciones de su industria	17	7,3%	11,7%
Cursos	53	22,7%	36,6%
Preparación académica personal	19	8,2%	13,1%
Ninguna	7	3,0%	4,8%
Total	233	100,0%	160,7%

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

En la tabla 4.16, el 24% de la muestra menciona que se prepara por medio de sitios web, en los cuales hoy en día se puede encontrar cualquier tipo de información sin una inversión alta y de igual manera valiosa. El 22,7% decide asistir a cursos que ayudan a potenciar sus empresas con mejoras necesarias. El 19,3% de los emprendedores lee libros, en su mayoría referentes al crecimiento personal que contribuyen a su motivación. El 9% lee el periódico en su tiempo libre y garantizan que se mantienen al día en la noticia de impacto local. El 8,2% prefiere la preparación académica adicional, por lo que estudian masterados, doctorados o a su vez ya tienen planes de hacerlo. El 7,3% lee publicaciones de su industria para mantenerse al día, y poder innovar si fuera necesario. El 6,4% lee revistas de las cuales obtienen información relevante, correspondiente a artículos de opinión. El 3% restante no muestra ningún interés por instruirse, esta información es comprensible debido a que la mayoría de individuos que optaron por esa respuesta corresponden a la tercera edad.

Tabla 4.17: Pregunta N°8

¿Cuáles son sus expectativas de crecimiento futuro?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No proyecta crecer	17	11,7	11,7	11,7
Desearía crecer pero hay muchos obstáculos	8	5,5	5,5	17,2
Proyecta crecer a un ritmo lento	50	34,5	34,5	51,7
Tiene expectativas y proyectos para crecer en forma importante	70	48,3	48,3	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

La tabla 4.17, indica que el 48,3% tiene expectativas y proyectos para crecer en forma importante, el 34,5% proyecta crecer a un ritmo lento, el 11,7% no proyecta crecer más y el 5,5% desearía crecer, pero hay muchos obstáculos. Por lo que se puede observar en la tabla que la mayoría de emprendedores tienen expectativas de crecimiento, algunos de forma rápida y otros de forma lenta, pero esperan o empezar nuevos negocios o ampliar los existentes. Por otro lado, las personas que ya no esperan crecer más o ven demasiados obstáculos son aquellas que por su edad ya solo desean que las nuevas generaciones tomen el cargo de las empresas, ya que ellos han cumplido con sus objetivos y expectativas.

Tabla 4.18: Pregunta N°9**¿Qué tan a menudo toma tiempo libre para usted?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	31	21,4	21,4	21,4
A veces	41	28,3	28,3	49,7
Rara vez	57	39,3	39,3	89,0
Nunca	16	11,0	11,0	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

La tabla 4.18, muestra que el 39,3% rara vez toma tiempo libre, el 28,3% toma tiempo libre a veces, el 21,4% toma tiempo libre siempre y por último el 11% nunca toma tiempo libre. Por lo que vemos que la mitad trata de tomar tiempo libre para disfrutar ya sea con su familia o amigos y la otra mitad por el trabajo no lo puede hacer.

Tabla 4.19: Pregunta N°10

¿De qué forma involucra a su empresa con la sociedad?

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Donaciones	44	29,7%	31,9%
Organización de eventos para la comunidad	17	11,5%	12,3%
Capacitaciones	21	14,2%	15,2%
Voluntariados	16	10,8%	11,6%
Ninguna	50	33,8%	36,2%
Total	148	100,0%	107,2%

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

La tabla 4.19, muestra que el 33,8% de los emprendedores no vinculan de ninguna manera a su empresa con la sociedad, eso se da debido a que no tienen el suficiente tiempo para poder encargarse actividades como esas. El 29,7% realiza donaciones siendo la forma más fácil de llegar a la sociedad. El 14,5% lleva a cabo capacitaciones en su mayoría para ayudar a otros negocios pequeños en su crecimiento. Y por último el 11,5% organiza eventos para la comunidad, en los que aprovechan para dar a conocer su marca y contribuir con la misma.

Tabla 4.20: Pregunta N°11

¿Qué tipo de desarrollo de redes y alianzas ha implementado en su empresa?

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Proveedores Nacionales	81	50,6%	57,9%
Alianzas con empresas afines	14	8,8%	10,0%
Proveedores Internacionales	15	9,4%	10,7%
Alianzas con constructores	2	1,3%	1,4%
Alianzas con clientes	11	6,9%	7,9%
Alianza con universidades	1	0,6%	0,7%
Acuerdos comerciales	2	1,3%	1,4%
Convenios Crediticios	2	1,3%	1,4%
Manejo de influencers	1	0,6%	0,7%
Redes sociales	6	3,8%	4,3%
Alianza con distribuidores	5	3,1%	3,6%
Franquicias	1	0,6%	0,7%
Alianzas con cámaras de industria	1	0,6%	0,7%

Publicidad compartida	1	0,6%	0,7%
Alianza familiar	6	3,8%	4,3%
Alianza con empresas jóvenes	1	0,6%	0,7%
Cuñas publicitarias	1	0,6%	0,7%
Alianza con deportistas	3	1,9%	2,1%
Asociación con artesanos	1	0,6%	0,7%
Comunicación con otras sucursales	1	0,6%	0,7%
Socios solidarios	1	0,6%	0,7%
Alianzas académicas	1	0,6%	0,7%
Alianzas económicas	1	0,6%	0,7%
Empresas financieras	1	0,6%	0,7%
Total	160	100,0%	114,3%

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

La tabla 4.20, indica que la mayor alianza que tienen los emprendedores son con proveedores nacionales con un porcentaje del 50,6%. Aunque muchos de ellos ya están buscando alianzas con proveedores internacionales ya que es un beneficio muy grande y con costos más bajos. Los que ya tienen alianzas internacionales tienen un porcentaje del 9,4%, seguido de las alianzas con clientes que representa el 6,9%. Las demás empresas tienen diversas alianzas según el tipo de negocio, pero todas al menos tienen un tipo de alianza o red, ya que esto les permite enlazar vínculos más fuertes y posicionarse de mejor manera.

Tabla 4.21: Pregunta N°12

¿Cuáles son las principales estrategias que ha aplicado en su empresa, y que lo diferencian de las demás?

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Atención al cliente	52	25,4%	35,9%
Diferenciación de productos	10	4,9%	6,9%
Diferenciación de precio	18	8,8%	12,4%
Calidad	29	14,1%	20,0%
Comunicación visual	1	0,5%	0,7%
Innovación	13	6,3%	9,0%
Valor agregado	4	2,0%	2,8%
Ampliar el mercado	1	0,5%	0,7%
Trato personalizado	10	4,9%	6,9%
Honestidad	3	1,5%	2,1%

Capacitación	3	1,5%	2,1%
Trabajo en equipo	1	0,5%	0,7%
Exclusividad	4	2,0%	2,8%
Responsabilidad social empresarial	2	1,0%	1,4%
Incentivos laborales	1	0,5%	0,7%
Amabilidad	3	1,5%	2,1%
Variedad	13	6,3%	9,0%
Paciencia	1	0,5%	0,7%
Descuentos	3	1,5%	2,1%
Promociones	8	3,9%	5,5%
Originalidad	4	2,0%	2,8%
Marketing	7	3,4%	4,8%
Construcción de una marca solida	1	0,5%	0,7%
Análisis del mercado	1	0,5%	0,7%
Tecnología	1	0,5%	0,7%
Refinanciamiento	1	0,5%	0,7%
Créditos	2	1,0%	1,4%
Eficacia	1	0,5%	0,7%
Mejoramiento continuo	1	0,5%	0,7%
BCG	1	0,5%	0,7%
7s McKinsey	1	0,5%	0,7%
FODA	2	1,0%	1,4%

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

La tabla 4.21, menciona que las estrategias que más aplican los emprendedores son: atención al cliente con un 25,4%, ya que consideran que una buena atención garantiza que el cliente va a volver, y es la más económica ya que no tienen que hacer ninguna inversión. El 8,8% aplica la diferenciación en el precio, realizan estudios de mercado para poder competir con los precios más bajos del mismo. El 6,3% tienen una innovación constante y variedad en sus productos/servicios, y sus clientes saben que pueden encontrar cualquier producto en estos negocios. El 4,9% le ofrece al cliente un trato personalizado, es decir le ofrecen al cliente lo que les pida con tal de ganarlo. El 3,9% hace promociones, en algunos negocios existen hasta una promoción por cada día de la semana. El 3,4% realizan marketing, para lo que cuentan con un departamento especializado que se encarga de esto. Y por último el 14,1% utiliza como estrategia la calidad que ofrece.

Tabla 4.22: Pregunta N° 13

¿Cuál es su ventaja competitiva, en relación a las diferentes empresas de su mismo medio?

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Productos/ servicios innovadores	67	34,7%	46,2%
Investigación y desarrollo	21	10,9%	14,5%
Avances tecnológicos	17	8,8%	11,7%
Accesibilidad	29	15,0%	20,0%
Calidad de los RRHH	38	19,7%	26,2%
Habilidad de los ejecutivos	21	10,9%	14,5%
Total	193	100,0%	133,1%

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

En la tabla 4.22, el 34,7% de la muestra menciona que su ventaja competitiva se basa en productos/servicios innovadores, por lo que todo el tiempo investigan e implementan nuevas características a sus productos o servicios. El 19,7% en la calidad de los recursos humanos, el 15% en la accesibilidad, el 10,9% se basa en la habilidad de los ejecutivos y en la investigación y desarrollo. Y por último el 8,8% mencionan que los avances tecnológicos son su ventaja competitiva.

Tabla 4.23: Pregunta N° 14

¿Considera usted, que hace lo que realmente le gusta?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	130	89,7	89,7	89,7
No	15	10,3	10,3	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

En la tabla 4.23, el 89,7% dice que hace lo que realmente le gusta y el 10,3% dice que no. Lo que es muy positivo ya que un gran porcentaje afirma ser feliz trabajando, el cual es un motivo que les permite mantenerse en el tiempo e ir creciendo.

Tabla 4.24: Pregunta N°15

¿Cree usted, realmente en los productos/servicios que ofrece?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	141	97,2	97,2	97,2
	No	4	2,8	2,8	100,0
	Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

En la tabla 4.24, el 97,2% realmente cree en los productos/ servicios que ofrecen y solamente el 2,8% no lo hacen. La mayoría manifestó que primero prueban el producto para garantizar su calidad, de igual manera con los servicios mediante la atención al cliente.

Tabla 4.25: Pregunta N°16

¿Aprovecha el uso de tecnología en su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	118	81,4	81,4	81,4
	No	27	18,6	18,6	100,0
	Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

En la tabla 4.25, el 81,4% de la muestra indica que aprovecha el uso de tecnología en la empresa mientras que el 18,6% no lo hacen. Los emprendedores de los negocios que antes no utilizaban tecnología y ahora lo hacen consideran que la misma es un avance fundamental para diferenciarse de la competencia.

Tabla 4.26: Pregunta N°17

¿Da un seguimiento constante a sus ventas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	129	89,0	89,0	89,0
	No	16	11,0	11,0	100,0
	Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

En la tabla 4.26, el 89% de la muestra indica que da un seguimiento constante a sus ventas, mientras que el 11% no lo hace. Dar un seguimiento constante a las ventas en la mayoría de negocios es una actividad que se debe realizar a diario para conocer los productos de mayor rotación y que es lo que no se está vendiendo, y tratar de buscar una estrategia para mejorar las ventas.

Tabla 4.27: Pregunta N°18**¿Tiene algún sistema de atención personalizada en su negocio?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	85	58,6	58,6	58,6
No	60	41,4	41,4	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

En la tabla 4.27, el 58,6% de la muestra tiene un sistema de atención personalizada en el negocio mientras que el 41,4% no lo tiene. No todos los negocios encuentran la forma de implementar esta herramienta, pero los que ya cuenta con este mencionan que tiene una muy buena recompensa.

Tabla 4.28: Pregunta N°19**Si la respuesta anterior fue afirmativa, ¿Qué beneficios ha obtenido?**

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Convertir prospectos en clientes	19	15,3%	20,9%
Incrementar el valor de cada venta	18	14,5%	19,8%
Conseguir que los compradores regresen	56	45,2%	61,5%
Construir relaciones de negocios más sólidas	31	25,0%	34,1%
Total	124	100,0%	136,3%

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

En la tabla 4.28, el 45,2% de la muestra ha obtenido como beneficio de la atención personalizada que los compradores regresen. El 25% ha logrado construir relaciones de negocios más sólidas. El 15,3% convertir a prospectos en clientes y por último el 14,5% incrementar el valor de cada venta.

Tabla 4.29: Pregunta N°20

En la escala del 1 al 5, ¿Asigna usted regularmente tareas a sus subordinados?

Seleccione una opción, sabiendo que 1=Nunca y 5=Siempre.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	17	11,7	11,7	11,7
	Rara vez	16	11,0	11,0	22,8
	A veces	61	42,1	42,1	64,8
	Casi siempre	21	14,5	14,5	79,3
	Siempre	30	20,7	20,7	100,0
	Total	145	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

La tabla 4.29, indica que el 42,1% de la muestra asigna tareas a sus subordinados a veces, lo que significa que la misma carga que da a sus empleados también la maneja el emprendedor, ya sea haciendo las mismas tareas o diferente. El 20,7% lo hace siempre, es decir permite que otras personas conozcan del giro del negocio y les ayuden en su totalidad. En este rango podemos decir que así no esté el dueño o fundador del negocio este se maneja sin ningún problema. Por otro lado, el 14,5% casi siempre asigna tareas. El 11,07% nunca asigna tareas, prefieren realizar por ellos mismo las tareas ya que consideran que si no se personalizan no saldrán bien. Y por último el 11% menciona que lo hace rara vez.

Tabla 4.30: Pregunta N°21

¿Cuáles son las competencias básicas que debe tener un emprendedor?

PREGUNTA 21												
OPCIONES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Capacidad para tolerar la ambigüedad e incertidumbre	7	6	11	8	4	9	5	17	17	19	20	16
Control de sus emociones	5	8	20	10	10	5	11	7	20	9	7	10
creatividad e iniciativa	34	16	18	9	14	13	14	6	13	8	10	11
Autonomía	6	7	10	13	11	8	26	15	17	11	13	6
Competencia para la negociación	15	11	5	14	12	10	10	19	15	14	17	11
Aprendizaje experiencial	20	8	6	11	15	16	15	15	11	17	8	21
Competencias para la resolución de problemas	23	9	17	17	21	15	18	5	6	3	12	10
Trabajo en equipo	4	11	8	19	9	11	11	4	5	14	14	10
Formación de redes sociales	10	15	7	15	16	18	12	14	12	11	13	15
Tolerancia al cambio	1	11	9	8	13	13	8	15	11	21	12	8
Perseverancia	10	15	23	15	11	11	8	18	10	8	7	15
Asumir riesgos	10	28	11	6	9	16	7	10	8	10	12	12
Disciplina	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Paciencia	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capacidad administrativa	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Responsabilidad	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Análisis:

La tabla 4.30, muestra las competencias que debe tener un emprendedor en orden de relevancia de acuerdo a las respuestas obtenidas del instrumento de investigación, en función de esto, es posible asegurar que los emprendedores ambateños consideran que la creatividad e innovación es la competencia más relevante para alcanzar el éxito empresarial, seguido de la capacidad para asumir riesgos, la perseverancia y la capacidad para trabajar en equipo. Las competencias que los encuestados catalogaron como menos relevantes son la paciencia, la capacidad administrativa y la responsabilidad.

4.2 Análisis estadístico de variables

Con el propósito de asegurar mayor rigurosidad de los resultados obtenidos, a continuación, se presenta un detalle del análisis realizado a partir de la aplicación de herramientas estadísticas para determinar los principales factores incidentes en el éxito de los emprendedores ambateños. Para esto, se consideró idóneo emplear un modelo de regresión logística binaria a través del test de Hosmer y Lemeshow, que permite conocer la bondad de ajuste del modelo presentado y sus resultados ofrecen datos explicativos y predictivos.

Tabla 4.31: Variables consideradas

Variable Dependiente	Ingresos Brutos
Variables Independientes	Experiencia previa en emprendimientos
	Origen de la idea
	Creencia en sus productos
	Gusto por lo que hace
	Aprovechamiento de la tecnología
	Seguimiento de ventas
	Ofrecen atención personalizada

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Para cumplir con este modelo, fue necesario dicotomizar las respuestas del instrumento de investigación e identificar la variable dependiente. Cruz (2013), especifica que el parámetro financiero, es el método más utilizado para medir el éxito empresarial, en función de esto, se procede a seleccionar al monto de ingresos como variable dependiente. De la misma forma se consideraron a las variables independientes descritas en la tabla 4.31, en cuanto estas pueden tener algún tipo de incidencia sobre la variable dependiente referente a los ingresos de las organizaciones. Y cuentan con el respaldo de las investigaciones de López (2012) y Villacreses (2017), cuyos estudios tienen propósitos similares a los planteados en este proyecto investigativo y emplean variables concordantes a las expuestas en la tabla anterior. Es importante resaltar que las variables independientes descritas, se emplean con el propósito de verificar una posible relación

entre éstas, con el éxito empresarial, esta información fue recolectada a través de preguntas puntuales realizadas a los sujetos de estudio, además de preguntas plasmadas en el cuestionario, provee información complementaria para el análisis de los patrones de comportamiento, gestión de los empresarios para responder al alcance exploratorio y descriptivo con el que inicia ésta investigación.

El modelo estadístico seleccionado se aplicó a través del sistema SPSS, que es el software estadístico de mayor prestigio y el más usado a nivel mundial como una herramienta de investigación y de toma de decisiones. Para el procesamiento de datos en este sistema, es necesario ingresar las preguntas del instrumento de investigación y asignar valores numéricos a las alternativas de respuesta.

Los resultados obtenidos del sistema, se presentan a continuación:

Tabla 4.32: Resumen de procesamiento de casos

Casos sin ponderar^a		N	Porcentaje
Casos seleccionados	Incluido en el análisis	145	100,0
	Casos perdidos	0	,0
	Total	145	100,0
Casos no seleccionados		0	,0
Total		145	100,0

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

La tabla 4.32, indica el número de casos considerados para la aplicación del modelo estadístico, este número es de 145 y corresponde a la totalidad de las encuestas aplicadas a los emprendedores ambateños encuestados.

Tabla 4.33: Codificación de variable independiente

Valor original	Valor interno	Frecuencia
<= 100.000	0	105
> 100.000	1	40

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

La tabla 4.33, indica la forma como se dicotomizó la variable dependiente correspondiente al monto de ingresos brutos al año, de esta forma, se clasificó a las

empresas en función de los ingresos percibidos, a las que obtuvieron ingresos iguales e inferiores a los cien mil dólares se les asignó el valor de cero y a las que obtuvieron ingresos superiores a dicho monto, se les asignó el valor de uno, como se mencionaba anteriormente para el ingreso de datos a este sistema estadístico es necesario las asignaciones numéricas.

Adicional es importante mencionar que el investigador seleccionó el monto de 100.000,00 USD porque corresponde a un ingreso promedio de población a observar; en base a la realidad económica de la ciudad de Ambato.

Tabla 4.34: Codificaciones de variables categóricas

		Frecuencia	Codificación de parámetro
			(1)
¿Tiene algún sistema de atención personalizada en su negocio?	No	60	,000
	Si	85	1,000
Experiencia previa en otros emprendimientos	No posee experiencia	8	,000
	Posee experiencia	137	1,000
Origen de la idea del emprendimiento	Interacción directa con personas	100	1,000
	Fuentes digitales / prensa / artículos académicos	45	,000
¿Considera usted, que hace lo que realmente le gusta?	No	15	,000
	Si	130	1,000
¿Cree usted, realmente en los productos/servicios que ofrece?	No	4	,000
	Si	141	1,000
¿Da un seguimiento constante a sus ventas?	No	16	,000
	Si	129	1,000
¿Aprovecha el uso de tecnología en su empresa?	No	27	,000
	Si	118	1,000
Posee título profesional	No	56	,000
	Si	89	1,000

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

En la tabla 4.34, es posible identificar a las variables independientes consideradas, que pueden tener algún grado de incidencia sobre la variable dependiente, en la primera

columna se presentan las preguntas con sus respectivas alternativas de respuesta, en la columna referente a la frecuencia se indica el número de encuestados que respondieron a cada opción de respuesta, y en la columna de codificación del parámetro, se detalla el valor numérico asignado a cada respuesta (0 y 1), 1 corresponde a la categoría en estudio y 0 a la categoría de referencia. Cabe recalcar que el modelo de regresión logística binaria, solo permite dos alternativas de respuesta por cada pregunta, en función de esto, se requirió hacer ajustes a varias preguntas y se presentan a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 4.35: Dicotimización de variables independientes

Pregunta	Valor 1	Valor 0
Experiencia previa en otros emprendimientos		
a) Ha Fundado por lo menos una empresa antes de la actual.	1	
b) Solo ha fundado la empresa actual	1	
c) Está en proceso de fundación de una empresa		0
d) Hasta el momento no ha fundado ninguna empresa		0
Posee título profesional		
a) Bachiller		0
b) Universitario	1	
c) Maestría	1	
d) Doctorado	1	
e) Ninguno		0
Origen de la idea del emprendimiento		
Interacción Directa		
a) Interacción con otras personas	1	
Interacción Indirecta		
b) Internet		0
c) Artículos científicos		0
d) Televisión		0
e) Prensa		0

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

En la tabla 4.35 se observa el caso referente a la pregunta experiencia previa en otros emprendimientos en el cuál el valor numérico 1 es asignado a las opciones: ha Fundado por lo menos una empresa antes de la actual y solo ha fundado la empresa actual; y el valor numérico 0 para las opciones está en proceso de fundación de una empresa y hasta el momento no ha fundado ninguna empresa. Además, tenemos la pregunta referente a la obtención de un título profesional en la que las opciones de bachiller y ninguno tienen un valor numérico de 0 y las opciones de masterados, nivel universitario y doctorado tienen la valoración de 1. Y por último tenemos origen de la idea de negocio, para la cual, se clasificó a las alternativas de respuesta a dos opciones, la primera hace referencia a fuentes directas a través de la interacción con personas y la segunda hace referencia a fuentes indirectas que incluyen fuentes digitales, prensa y artículos académicos. Y de esa manera se dicotimizaron algunas de las variables independientes.

Tabla 4.36: Regresión logística de la variable dependiente: Ingresos Brutos

	Coefficiente	Error estándar	Wald	gl	Significancia.
Título Profesional	1,204	,482	6,252	1	,012
Experiencia previa en emprendimientos	,985	1,147	,738	1	,390
Origen de la idea de negocio	-,382	,447	,731	1	,393
Gusto por lo que hacen	-,536	,648	,683	1	,409
Creen en sus productos	,508	1,276	,159	1	,690
Aprovechamiento de la tecnología	1,572	,837	3,529	1	,060
Seguimiento a las ventas	-,070	,769	,008	1	,928
Ofrecen atención personalizada	,770	,431	3,199	1	,074
Constante	-4,452	,409	,977	1	,323

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

MODELO ESTABLECIDO:

$$y = -4.45 + 1,20(X_1) + 0.98(X_2) - 0.382(X_3) - 0,536(X_4) + 0,508(X_5) \\ + 1,572(X_6) - 0.70(X_7) + 0,770(X_8)$$

Donde:

X1= Título Profesional

X2= Experiencia previa en emprendimientos

X3= Origen de la idea de negocio

X4= Gusto por lo que hacen

X5= Creer en sus productos

X6= Aprovechamiento de la tecnología

X7= Seguimiento a las ventas

X8= Ofrecen atención personalizada

Es decir, la tabla 4.36 y el modelo explican lo siguiente:

Los factores relacionados con la capacidad de aprovechamiento de las tendencias tecnológicas, la instrucción académica de nivel universitario y la experiencia previa en emprendimientos, contribuyen favorablemente a la probabilidad de generar ingresos superiores a los cien mil dólares. Otros factores atenuantes al crecimiento del negocio, en orden de relevancia son: la atención personalizada, el aprecio y gusto por lo que se hace y creer en sus productos.

Los factores de menor relevancia para la alcanzar ingresos superiores, corresponden al origen de la idea del negocio, seguimiento a las ventas y gusto por lo que hacen. Estos factores en el modelo se encuentran con signos negativos.

El número de grados de libertad para el modelo estadístico de Hosmer y Lemeshow, siempre es de 1, ese es un valor determinado para este modelo, los grados de libertad

indican el número máximo de observaciones de una muestra que pueden tomar cualquier valor posible y ayuda a la confiabilidad de los resultados.

Los resultados descritos previamente, se reafirman en las columnas referentes a los valores de Wald y a la significancia, el valor de Wald se obtiene al dividir a el coeficiente para el error estándar y elevarlo al cuadrado, y mientras más elevado es este valor, existe una mayor relación entre la variable dependiente con la independiente.

La columna referente a la significancia, indica la significación estadística de cada factor, al punto que, mientras más cercano a cero es este valor, es más improbable que los resultados de las otras columnas se hayan seleccionado al azar.

En conclusión, se utilizó el modelo estadístico para determinar una posible relación entre las variables del cuestionario con el potencial éxito de un emprendimiento en la ciudad de Ambato, que al determinar las variables que se relacionan al éxito de un líder emprendedor, es posible ejercer mecanismos de acción para potenciarlas y dejar un precedente para que futuros investigadores utilicen esta información como punto de partida, para realizar investigaciones más específicas, de alcance explicativo y que toda esta información sirva de referencia y esté al alcance de potenciales emprendedores del cantón.

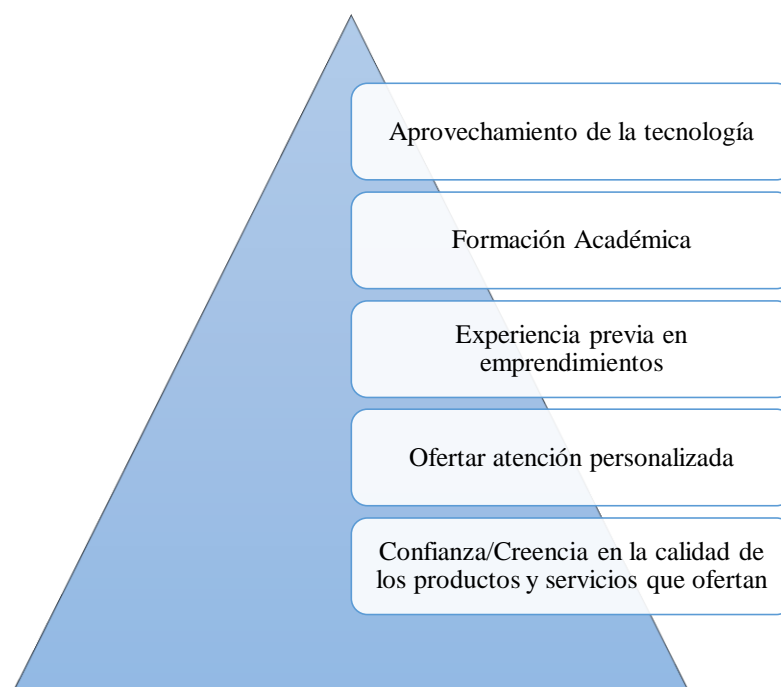
4.3 Factores de éxito del emprendedor Ambateño

A continuación, se presenta un resumen en forma de ilustraciones con respecto a los factores incidentes en el éxito de los emprendedores Ambateños, en función de las respuestas obtenidas del instrumento de investigación y del análisis estadístico.

Cuadro 4.1 Resumen de competencias del emprendedor Ambateño

Competencias del emprendedor Ambateño en orden de relevancia	
1	Creatividad e innovación
2	Asumir riesgos
3	Perseverancia
4	Trabajo en equipo
5	Competencias para la resolución de problemas
6	Formación de redes sociales
7	Autonomía
8	Competencia para la negociación
9	Control de sus emociones
10	Tolerancia al cambio
11	Capacidad para tolerar la ambigüedad e incertidumbre
12	Aprendizaje experiencial

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

Ilustración 4.2: Factores que inciden en el éxito del emprendedor Ambateño

Fuente: Elaboración propia, a partir de las encuestas realizadas.

En el cuadro 4.1 resume las competencias básicas que debe tener un emprendedor que en conjunto con los factores resultantes del análisis estadístico presentado de forma sintetizada en el gráfico N.-3, significan un atenuante al éxito de los emprendimientos en el cantón Ambato.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Como resultado del proyecto de investigación, es posible concluir que:

- El ser humano es emprendedor por naturaleza y ha tenido la capacidad de crear e innovar desde sus orígenes, sin embargo, el emprendedorismo como área de estudio en el ámbito académico, es una temática relativamente nueva con apenas 25 años de antigüedad, por lo que, el número de estudios serios con respecto a los retos, características y factores de éxito de los emprendedores, son muy limitados.
- El cantón Ambato es uno de los más productivos y comerciales, debido al creciente número de micro pequeñas y medianas empresas que ha presentado en los últimos años a consecuencia de la recesión económica, para contribuir al éxito de estas empresas nacientes, organismos públicos y privados han iniciado la creación de proyectos proveedores de asistencia y de asesoría técnica, lo que demuestra la naturaleza luchadora y cooperativa de los ambateños.
- El instrumento de recolección de información empleado, ha sido diseñado específicamente para cumplir con los objetivos de la investigación de forma efectiva y los resultados de la validación del mismo a través del Alfa de Cronbach, sugieren que posee un elevado nivel de confiabilidad, esto se complementa con el acertado diseño muestral de tipo probabilístico aplicado al número total de micro, pequeñas, medianas y grandes empresas localizadas en el cantón Ambato y legalmente registradas en el SRI, en base a esto, es

- posible asegurar que los resultados presentados, son concluyentes y generalizables para esta localidad.
- Más del 60% de los emprendedores ambateños son hombres, el 72% de estos ha tenido algún tipo de experiencia laboral y la gran mayoría poseen título universitario, lo que demuestra el creciente interés de las personas por instruirse y generar un modelo de negocio más formal y organizado.
- Los principales factores de motivación para un emprendimiento, corresponden al deseo de las personas por ser laboralmente independientes y mejorar su nivel de ingresos, lo que se daría en respuesta a la difícil situación económica que atraviesa el Ecuador desde el año 2016, que ha generado cierta incertidumbre en los trabajadores sobre la estabilidad laboral en las organizaciones en las que laboran y en consecuencia decidan innovar y emprender para alcanzar la libertad financiera.
- Alrededor del 90% de los emprendedores, tienen pasión por lo que hacen, se instruyen a través de sitios web, y un 83% de estos tiene expectativas elevadas sobre el potencial crecimiento de sus negocios en el mercado, sin embargo, no poseen un interés de contribución a la sociedad a través de la participación directa en eventos para la comunidad y voluntariados.
- La atención personalizada en los negocios, es un atenuante directo a la fidelización de los clientes, lo que a la vez promueve la competitividad empresarial, en cuanto se facilita el desarrollo de ventas cruzadas para los nuevos productos y servicios que estas organizaciones oferten.
- Los emprendedores ambateños, aseguran que las principales competencias que debe poseer una persona que desea iniciar un negocio es la creatividad e iniciativa, la capacidad para asumir riesgos y la perseverancia.

- De acuerdo al análisis de correlación estadística empleado, se pudo determinar que el hecho de que los emprendedores sepan aprovechar y acoplarse a las nuevas tendencias tecnológicas, posean formación académica y tengan experiencia previa en emprendimientos, genera una elevada probabilidad de que sus negocios alcancen mayores ingresos brutos anuales.

5.2 Recomendaciones

- Es imprescindible promover la participación de las universidades en proyectos de investigación que provean información confiable con respecto a la situación económica de los negocios nacientes y las dificultades que poseen en general las empresas categorizadas como micro pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) que constituyen un motor importante en la economía nacional.
- Un análisis técnico sobre el impacto de los proyectos de asesoramiento dirigidos a MIPYMES que llevan a cabo organizaciones gubernamentales, sería de gran ayuda para determinar las principales directrices que fomenten el crecimiento de este tipo de empresas.
- Todas las investigaciones de carácter académico deben ser debidamente respaldadas por un esquema metodológico y los instrumentos de recolección de información que emplean, deben estar eficazmente validados a través de expertos o a través de una técnica de correlación estadística, al punto de que los resultados reflejen un nivel de confiabilidad aceptable y sirvan de referencia para investigaciones complementarias al tema de estudio.
- Es de relevancia, promover la continua capacitación tanto a nivel técnico como competencial de los emprendedores en áreas relacionadas a la gestión empresarial, con un énfasis en particular en mercadotecnia y finanzas, de tal forma que

contribuyan a la construcción de una visión global y práctica sobre las áreas de preocupación más relevantes en el ámbito empresarial.

- Además de poseer conocimientos sobre cómo crear y mantener un modelo de negocio rentable, para que los emprendedores alcancen una plena libertad financiera, es de vital importancia que reciban educación financiera, particularmente sobre la forma idónea de manejar sus finanzas personales, establecer un fondo de ahorros y mantener un control sobre los egresos.
- La creación de una cultura más colaborativa entre las empresas y la sociedad, representa una gran contribución tanto al desarrollo y expansión en el mercado de las organizaciones, y para la sociedad en general, al punto de que, a través de un comportamiento socialmente responsable, es posible fortalecer la imagen empresarial fomentando la competitividad sistémica
- La compleja dinámica del mercado ambateño y el elevado número de empresas nacientes, obliga los negocios a implementar estrategias de liderazgo en costos y de diferenciación a través de una excelente atención al cliente para poder subsistir a largo plazo.
- Es importante que las personas emprendan en actividades por las que tengan pasión y aprovechen al máximo los beneficios que ofrecen las tecnologías de información, esto contribuirá directamente a su resiliencia ante obstáculos y eventos adversos y a la capacidad para socializar sus productos y servicios a un menor costo.

BIBLIOGRAFÍA

- Cordero López, J., Astudillo Durán, S., Carpio Guerrero, X., Delgado Noboa, J., & Amón Martínez, O. (2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Revista Maskana*, 37. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5412/1/MASKANA%20si7285%20%283%29.pdf>
- Correa Correa, Z., Delgado Hurtado, C., & Conde Cardona, Y. (2011). Formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de Administración de empresas en la Universidad Pública de Popayan. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 71.
- Kantis, H., & Díaz, S. (2008). “Innovación y Emprendimiento en Chile: una radiografía de los emprendedores dinámicos y de sus prácticas empresariales”. *ENDEAVOR CHILE*, 151. Obtenido de http://www.innovacion.gob.cl/wp-content/uploads/2011/05/kea_10.pdf
- Moriano León, J., Palací Descals, F., & Morales Domínguez, J. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 24.
- Rivera Martínez, W., & Muñoz, O. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Redalyc*, 74.

- Álvarez Morales, E., Florencio Liberio, F., & Díaz Ocampo, E. (2017). *El emprendimiento: una aproximación internacional al desarrollo económico*. España: Universidad de Cantabria.
- Amorós, J. E. (2011). El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una Aproximación Desde el Contexto Latinoamericano . *Revista Latinoamericana de Administración* , 46.
- Arellano, E. I. (1998). *Investigación científica* . Loja : Imprenta Cosmos.
- Arteaga, M., & Lasio, V. (2009). Empresas dinámicas en el Ecuador: factores de éxito y competencias de sus fundadores. *Revista Latinoamericana de Administración*, 49-67.
- Aznar Santiago, J., Gallego Rojí, M., & Medianero Sánchez, M. (2015). *Información y Recogida de Investigación de Mercados*. España: Editorial CEP, S.L.
- Banco Mundial. (2014). *Informe del Banco Mundial-El emprendimiento en América Latina: Muchas empresas poca innovación*. Washington : Pubrights.
- Cardona Acevedo, M., & Pulgarín Molina, S. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del Rosario. *Revista EAN*, 22-39.
- Chorda, I. M. (1999). Las claves del éxito en nuevas compañías innovadoras según los propios emprendedores. *Redalyc*, 10.
- Core Business Ekos. (2015). Emprendimiento en Ecuador . *Core Business Ekos*, 9.
- CorpoAmbato. (17 de Noviembre de 2017). Capacitaciones a los emprendedores . (M. F. Ojeda, Entrevistador)

- Cruz, J. (2013). *El éxito y el fracaso 2.0*. Mexico D.F.: Simboleón.
- Global Intrepreneurship Monitor. (2015). Global Intrepreneurship Monitor Ecuador-2015. *Graduate School of Managment*, 84.
- Gómez, L. A. (2012). *Teorías del emprendimiento*. Obtenido de <http://cursa.ihmc.us/rid=1NCYQZM9N-1519FM6-201S/TEORIAS%20DEL%20EMPREDIMIENTO.pdf>
- Graña, F. M. (2015). Creación de Empresas: Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas. *Nullan* , 115.
- Hernández Sampieri, D., Fernández Collado, D., & Baptista Lucio, D. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (16 de Agosto de 2017). *Emprendimientos Tungurahueses*. Obtenido de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/informativo-hgpt/principales/2238-emprendimientos-tungurahueses>
- Kotter, J. (2014). *Accelerate: Building Strategic Agility for a Faster-Moving World*. Massachusetts: Harvard Business Review Press.
- Linares, H. P. (Marzo de 2010). Monografía de Emprendimiento basada en la obra de Joseph Alois Schumpeter y David C. McClelland. Bogotá, Colombia.
- Lòpez, F. (2009). *La empresa, explicada de forma sencilla*. Barcelona: Copyright.
- López, P. (2012). Influencia del comportamiento emprendedor de los mandos medios en el fomento del corporate entrepreneurship. España: Universitat Ramon Llull.

- Matiz, F. J. (2009). Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento. *Escuela De Administración de Negocios*, 169-182. doi: <https://doi.org/10.21158/01208160.n66.2009.480>
- Moreno, J. A. (2016). El Emprendimiento Empresarial. La Importancia de ser Emprendedor. *Redalyc*, 15.
- Moreta, M. (27 de Febrero de 2017). Comercio y Calzado mueven a Tungurahua . *El Comercio* , pág. 1.
- Ramírez, A. R. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Redalyc*, 119.
- Real Academia Española. (2004). Madrid.
- Robbins, S., & DeCenzo, D. (2005). *Fundamentals of Management*. Pearson, 105.
- Senge, P. (2005). *La quinta disciplina* . Juárez: Granica.
- Snell, & Scott. (2009). *Administración: liderazgo y colaboración en un mundo competitivo*. Mexico D.F.: Mc Graw-Hill.
- Spiegel, M. R. (2010). *Probabilidad y estadística*. España: McGraw-Hill Interamericana.
- SRÍ. (2017). *Gobierno de la República del Ecuador*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- Togno, G. (1999). *Creatividad* . Revista UNAM.
- Torres, E. D. (2012). Análisis del emprendedor y del emprendimiento de éxito en el Ecuador para incentivar la creación de una red de Inversionistas Angeles en Quito. *Redalyc*, 102.

Urbano , D., Toledano, N., & Ribeiro-Soriano, D. (2011). Prácticas de gestión de recursos humanos y desarrollo de nuevos proyectos innovadores: Un estudio de casos en la PYMES. *Business Review*, 116-130.

Villacreses, M. (2017). El capital humano y sus incidencia en la gestión de ventas de las microempresas. *Dialnet*, 10.