

# CAUSAS PARA EL EMPRENDIMIENTO DE MEDIANAS EMPRESAS

## CAUSES FOR THE ENTREPRENEURSHIP OF MEDIUM-SIZED COMPANIES<sup>1</sup>

### **Barrionuevo Cox Jhonny Patricio<sup>2</sup>**

Universidad Internacional del Ecuador. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.  
Sector El Dorado, Pasaje Solano E4-270 y Av. Gran Colombia. Quito-Ecuador.  
jharrionuevoco@uide.edu.ec

### **Paillacho Alquina Karina Elizabeth<sup>3</sup>**

Universidad Internacional del Ecuador. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.  
Sector El Dorado, Pasaje Solano E4-270 y Av. Gran Colombia. Quito-Ecuador.  
Karina.paillacho@uide.edu.ec

### **Castillo-Quintana María-Belén<sup>4</sup>**

Universidad Internacional del Ecuador. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.  
Sector El Dorado, Pasaje Solano E4-270 y Av. Gran Colombia. Quito-Ecuador.  
macastilloqu@uide.edu.ec

## RESUMEN

Esta investigación tuvo el objetivo de identificar las causas que motivan a los emprendedores de medianas empresas a poner en práctica sus ideales de negocio. Se optó por el enfoque cualitativo de la investigación que llevó un proceso de razonamiento inductivo, con delimitación temporal transversal fundamentada en aportes teóricos. El muestreo correspondió al no probabilístico por conveniencia a partir del cual, se entrevistaron a ocho propietarios de medianas empresas. Así, se conoció que la principal motivación que los impulsó a la creación de empresas correspondió a que detectaron oportunidades y las aprovecharon; así como, a la necesidad de mejorar su economía.



Revista electrónica TAMBARA, ISSN 2588-0977  
Diciembre 2020 marzo 2021  
Edición 13, No. 78, pp. 1124-1144

Manuscrito recibido: noviembre 2020  
Aceptado: diciembre 2020

---

<sup>1</sup> Artículo resultado del trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Magíster en Administración de Empresas, Universidad UIDE, Ecuador.

<sup>2</sup> Ingeniero en Mecánica Automotriz, Magíster en Administración de Empresas. Universidad Internacional del Ecuador.

<sup>3</sup> Ingeniera Comercial, Magíster en Administración de Empresas. Universidad Internacional del Ecuador.

<sup>4</sup> Licenciada en Ciencias Económicas y Administrativas mención Comercio Internacional. Especialista en Creación de Empresas. Magíster en Dirección de Empresas.

El grupo entrevistado, se caracteriza mayoritariamente por ser profesionales, tener el deseo constante de progresar, trazarse metas y trabajar para cumplirlas, ser perseverantes, asumir riesgos, basar su trabajo en la experiencia y apoyarse en quienes aportan con conocimientos en el ámbito que se desempeñan; además, procuran diversificar sus actividades económicas.

**Palabras clave:** Emprendimiento, empresas, servicios, oportunidades, riesgos.

**Códigos JEL:** L25, L26, L80, M23

### ABSTRACT

This research aimed to identify the causes that motivate entrepreneurs of medium-sized companies to put their business ideals into practice. The qualitative approach to the research was chosen, which carried out an inductive reasoning process, with a transversal temporal delimitation based on theoretical contributions. The sampling corresponded to the non-probabilistic one for convenience, from which, eight owners of medium-sized companies were interviewed. Thus, it was known that the main motivation that prompted them to create companies corresponded to the fact that they detected opportunities and took advantage of them; as well as the need to improve its economy. The interviewed group is characterized mainly by being professionals, having the constant desire to progress, setting goals, working to achieve them, being persevering, taking risks, basing their work on experience and relying on those who provide knowledge in the field in which they work; in addition, they seek to diversify their economic activities.

**Keywords:** Entrepreneurship, companies, services, opportunities, risks.

**JEL codes:** L25, L26, L80, M23

## 1 INTRODUCCIÓN

### 1.1 Antecedentes

Los resultados del *The Global Entrepreneurship Monitor*, que es uno de los proyectos de investigación más importantes en el mundo sobre emprendimiento, señalan que el Ecuador tiene un alto nivel de ideas para desarrollar negocios, pero la mayoría nacen mayoritariamente por necesidad que por oportunidad (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020). Lo que es coherente con la evidencia empírica existente que indica que en comparación con otros países, se generan menos emprendimientos dinámicos, sin embargo, de que exista una TEA alta, lo que generalmente se debe a que se desarrollan por esta causa (Zambrano, 2019), esto revela que el país no cuenta con un clima idóneo para la creación de negocios; además, los principales factores que promueven la creación de empresas incluyen el crecimiento económico y social, por lo que, se aprovechan las oportunidades que se presentan (Valencia, 2017).

Los emprendedores se enfrentan a varias dificultades que incluyen: tediosos trámites burocráticos para su constitución, impuestos y aranceles, falta de incentivos, entre otros (Chávez

& Traverso, 2017), es decir, que no existen las facilidades necesarias que faciliten a los emprendedores crear empresas.

## **1.2 Enunciado del problema**

El emprendimiento se relaciona con el pensamiento de "cómo crear una empresa y dirigirla" (Euridyce, 2016, p. 25), lo que implica confiar en una idea de negocio y contar con el capital para ponerlo en práctica. Sin embargo, ¿cuáles son las razones que motivan a las personas a crear empresas de mediano tamaño? al considerar que de acuerdo a los últimos reportes registrados, existen 4.249 de este tipo inscritas (INEN, 2018) y que, entre el 2009 y 2015 pese al estancamiento económico que presentó la nación, aparecieron 57.109 empresas, de las cuales el 8,0% fueron medianas (INEC, 2017). Por lo tanto, el problema de este estudio se centra en responder la siguiente pregunta: ¿cuáles son las causas que motivaron a los emprendedores a crear medianas empresas en el Ecuador?

Para el efecto, se plantearon como objetivos:

- Definir el perfil del emprendedor de medianas empresas ecuatoriano.
- Determinar los tipos de empresas -de acuerdo al perfil de esta investigación- que existen en el país.
- Identificar las motivaciones que impulsan a los emprendedores a la creación de medianas empresas en el Ecuador.

## **1.3 Significancia del estudio**

Este estudio resultó significativo porque buscó conocer la realidad en torno a las razones que motivaron a los emprendedores a poner en práctica sus ideales de negocio. Así, se pudo determinar qué los incitó a invertir. Descubrir si lo hicieron porque esto resultó una pasión, una necesidad de progreso, la respuesta a su espíritu visionario con metas claras, entre otras.

En consecuencia, la información que se obtuvo en este estudio sirvió de base para llegar a conclusiones que amplían la visión de aquellas personas que desean emprender un negocio de mediano tamaño en el Ecuador; así como, de motivación para levantar su ánimo e impulsarlos a poner en práctica sus ideales. En el ámbito administrativo dio como resultado un artículo que sirve de soporte a quienes estén dispuestos a invertir en un proyecto, al considerar que al momento que se decide crear una empresa, también se asumen riesgos económicos, por lo tanto, es indispensable conocer el entorno y los factores que podrían afectar a la competitividad y sostenibilidad de la organización que se desea crear.

Al reconocer, que el Ecuador debe apostar por el emprendimiento porque es una vía rápida para luchar contra la pobreza y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Además, sirve de referente para otros estudiosos que deseen ampliar el conocimiento en torno al tema propuesto.

### 1.4 Bases Teóricas

#### 1.4.1 Emprendimiento empresarial

El emprendimiento empresarial es un concepto que inició con el ingreso del capitalismo en el mundo, gracias a la revolución industrial que se produjo en Gran Bretaña en el siglo XVIII, se lo considera una revolución silenciosa de gran impacto en la economía de los países (Vásquez, 2015). Así, el primer concepto de emprendimiento fue dado por Cantillon en 1755, cuando lo relacionó con la toma de riesgos, alineando su significado con el de "emprendedor", que refiere a la persona que toma riesgos e inicia algo nuevo y que tiene la habilidad de crear e innovar (Toapanta, 2019). Este concepto coincide con aquel que señala que el emprendimiento se relaciona directamente con la creación de un negocio que involucra un riesgo (Vásquez & otros, 2019).

Además, el emprendimiento se relaciona con la iniciativa y la acción; así, quienes tienen un espíritu emprendedor se caracterizan por ser creativas, innovadoras y tener la voluntad de crear nuevas cosas o hacerlas diferentes a las existentes; procuran ofrecer un producto o servicio que proporcione un valor añadido a los consumidores, por lo tanto, los empresarios tienen la visión de contribuir al progreso y desarrollo social y económico (Caldas & Hidalgo, 2019). En otras palabras, el emprendedor es quien asume un riesgo para iniciar un proyecto, aprovecha las oportunidades que se le presentan para cristalizar un sueño en búsqueda de producir un bien o servicio nuevo o diferente a los que se encuentran en el mercado.

#### 1.4.2 Tipos de emprendedores

En la literatura existen diversas clasificaciones de emprendedores, sin embargo, la establecida por Jean Claude Ettinger se basa en el análisis de las aspiraciones de autonomía y búsqueda de poder existentes, mismas que se relacionan con la necesidad de crear (Ollé & otros, 2007), así se clasifican en dos grandes grupos que relacionan la necesidad de creación (débil o fuerte) con el predominio (autonomía o poder), a partir de lo cual, se considera que:

- Los profesionales liberales y pequeños independientes que desean crear un negocio forman parte del ámbito predominio correspondiente al factor autonomía con una débil necesidad de creación; mientras que, aquellos que presentan una necesidad fuerte son quienes se conocen como buscadores de oportunidades.
- Al considerar el factor de poder dentro del ámbito "predominio", se reconoce que se ubican dentro de una necesidad de creación débil a aquellos que están a cargo del mando de la empresa y los ejecutivos; en tanto, que los que tienen una necesidad fuerte son aquellos empresarios que crean estructuras.

De acuerdo a esta clasificación los profesionales liberales y pequeños independientes, al emprender buscan autonomía, no tienen una fuerte necesidad de crear, por lo que, usan pocos medios humanos en sus estructuras organizacionales y el valor de creación radica en el contenido de lo que realizan, más que en el funcionamiento empresarial como tal. Dentro de este grupo se encuentran los micro emprendimientos y el autoempleo.

Por otra parte, los trabajadores de una organización (mandos de empresas) tampoco presentan una fuerte necesidad de crear un negocio o gran necesidad de poder, lo fundamental para ellos, es que la actividad se desarrolle de acuerdo a procesos y políticas previamente marcadas.

Además, están los emprendedores buscadores de oportunidades, quienes dan valor no únicamente al contenido de lo que realizan, sino al proceso organizativo, crean una estructura, como base de su proyecto. Para este grupo el poder es secundario, sobresale la autonomía, por lo tanto, su necesidad de crear un negocio es fuerte.

Finalmente, constan los que cuentan con poder imperial y socializado, siendo ellos, los verdaderos creadores de organizaciones, ya que su principal interés es hacer crecer la empresa, desarrollar el potencial y simplemente emprender un negocio como en los primeros casos.

Conjuntamente, se encuentra la clasificación que relaciona el tipo de emprendedor con sus características personales, como lo señalaron Carvajal, Ormeño, Sanz y Valverde (2018):

- Los visionarios, que son capaces de realizar distintas tareas y ejecutarlas todas de forma correcta. Un ejemplo de ello, es el fundador de la discográfica Virgin: Richard Branson.
- Los denominados Robinson Crusoe, quienes crean negocios por necesidad, no están satisfechos de su situación económica y/o profesional, por lo que, generalmente se embarcan en proyectos pequeños, sin embargo, son constantes y pertinaces. Un ejemplo de ellos, es el imperio Bennetton.
- Los llamados Sherlock Holmes o rastreadores de nuevas oportunidades, analizan el mercado para identificar necesidades insatisfechas; son racionales y analíticos, detectan en dónde las cosas se hacen mal. Por ejemplo, el creador del Circo del Sol.
- Los llamados Forrest Gump o emprendedores por azar, que no saben muy bien qué van a encontrar; nacen en mercados de crecimiento. Por ejemplo, Ricardo Fisas creador de Natura Bissé.
- Los especialistas que tienen un perfil muy técnico y especializado. Por ejemplo: Preston Tucker, fundador de más de 30 negocios online.
- Los intuitivos, que siguen su primer impulso, son empáticos y tienen la capacidad de escuchar. Por ejemplo: Félix Tena, fundador de Imaginarium.

### **1.4.3 Características de los emprendedores**

Al respecto, Orbe y Santacruz (2017) en un estudio realizado en el contexto ecuatoriano, determinaron como los factores de éxito del espíritu emprendedor:

- Perseverancia. Luchan por sus objetivos, demuestran constancia ante las dificultades y procuran llegar a las metas.

- Decisión. Toman decisiones en función de las oportunidades que se presentan con el fin de alcanzar objetivos fijos a través de la organización de las actividades que conlleven los proyectos planteados.
- Control. Buscan ser cautelosos con la ejecución de las tareas inherentes a los proyectos, toman la iniciativa, evalúan y realizan los correctivos requeridos, controlan las acciones.
- Investigación. Exploran, preguntan, visualizando sus propósitos a largo plazo, planteándose estrategias que les permita la consecución de objetivos, son capaces de generar nuevas ideas.
- Comunicación. Tienen la capacidad de transmitir sus ideas, concibiendo sus objetivos antes de iniciar sus trabajos, comunicando los resultados alcanzados, reconociendo su potencial.
- Riesgo. Aceptan nuevos riesgos, calculan posibles conflictos que se presenten en el desarrollo de sus tareas.

Sin embargo, existe la contrapartida en dónde se observan dificultades al momento de emprender, como lo indicaron Machado, Aquino, Salinas y León (2013) a partir de los resultados del estudio *¿Soy emprendedor o soñador?*, en el cual, encontraron que la mayoría de emprendedores ecuatorianos se caracterizan porque nacen siendo soñadores de un proyecto. Su principal motivación es la independencia tanto económica como de tiempo, para lo que, buscan una oportunidad de negocio, procurando poner en práctica sus habilidades en su propio beneficio, no obstante, muchas veces se truncan sus aspiraciones porque no cuentan con el financiamiento requerido y capacitación, lo que limita su capacidad de crecimiento y sostenibilidad en el tiempo.

### **1.4.4 El perfil del emprendedor según el Monitor Global de Emprendimiento (GEM)**

Según Lasio, Ordeñana, Amaya y Zambrano (2020) los principales resultados del denominado ciclo 2019-2020 del GEM Ecuador, recogieron información de 2000 personas en edad adulta y el criterio de 37 expertos nacionales, a partir de lo cual, se indicaron las principales características de la actividad emprendedora en la nación:

- La Actividad Emprendedora Temprana (TEA) en el Ecuador se conforma por dos tipos de emprendedores: los nacientes (no han pagado sueldos por más de tres meses) y los nuevos (han pagado sueldos por más de tres meses sin superar los 42).
- La tasa de emprendedores nacientes fue del 26.9% y de negocios nuevos del 10.8%.
- Ecuador tiene la mayor TEA dentro de los países Latinoamericanos.
- La intención de emprender en los próximos tres años incluye al 53.0% de la población.
- Los emprendedores nacientes constituyen el 26.9% de la población, superando al promedio en América Latina que es del 15.62%.
- Los emprendedores nuevos corresponden al 10.8%, lo que indica que existe una brecha entre los negocios nuevos y los nacientes.
- La tasa de cierre definitivo de negocios alcanza el 9.3%, siendo la mayor de la región.

- Las principales causas por las que se cerraron negocios en el 2019 fueron: problemas personales (32.7%), la falta de rentabilidad (25.2%) y la falta de financiamiento (16.6%).
- El 28.9% de la población adulta emprendió de forma independiente y el 7.3% con algún patrocinio, estos resultados son los mayores al promedio de la región.
- La tasa de emprendedores múltiples (que tienen un negocio en marcha y paralelamente están tomando acciones para emprender otro diferente) alcanzó el 4.2%.
- Dos tercios de los adultos, en promedio, piensan que el emprendimiento es una buena opción de vida.
- El 55.8% de la población adulta percibe oportunidades para iniciar un negocio en su área de residencia en los próximos seis meses. El 55.3% percibió facilidad para hacerlo, el 78,3% confía en que tiene los conocimientos y habilidades necesarias para emprender. El 35,8% reveló que el miedo al fracaso de cierta forma les impediría iniciar un negocio. En estos resultados, las mujeres predominan en las respuestas; es decir, más mujeres que hombres perciben oportunidades y facilidades para emprender, confían en sus capacidades y tienen más temor a fracasar.
- El porcentaje de hombres con negocios nuevos (52.30%) es mayor al de las mujeres, conservando esta tendencia en los últimos años.
- En cuanto a sostenibilidad de los negocios, se evidencia una mayor participación de hombres (62%), respecto a las mujeres (38.0%).
- En la TEA conformada por emprendedores nacientes y nuevos predominan las personas más jóvenes: más del 50% de los emprendedores tiene menos de 35 años de edad.
- La TEA de las personas con educación superior se mantiene más alta que de aquellas con educación primaria o secundaria.
- El porcentaje de emprendedores según la ubicación geográfica es mayor en el sector urbano (64.5%) que en el rural (35.5%), manteniendo esta participación desde el año 2015.
- El 85.5% de los emprendedores que tienen un nuevo negocio y el 89.2% de aquellos con negocios establecidos, no se dedican a otra actividad, son auto empleados.
- La TEA muestra una mayor concentración de emprendedores con ingresos que superan los dos salarios básicos unificados (39.6%).
- El 64.2% de la TEA se concentra en el sector de comercio.
- El 99.18% de emprendedores nacientes y el 96.12% de emprendedores nuevos recurren a ahorros personales para iniciar sus negocios; el 62.32% y el 45.63% respectivamente a bancos.
- El 94.2% tiene clientes en la ciudad o en la zona donde vive.
- Tres de cada cuatro emprendedores no ofertan productos o servicios nuevos.

#### **1.4.5 El sector empresarial en el país**

La clasificación del tipo de empresas en el país, como se muestra en la tabla 1.

**Tabla 1.** Clasificación del tipo de empresas

<b>Variables</b>	<b>Micro Empresa</b>	<b>Pequeña Empresa</b>	<b>Mediana Empresa</b>	<b>Grandes Empresas</b>
Personal ocupado	De 1-9	De 10-49	De 50-199	> 200
Valor bruto de ventas anuales	<100.000	100.001-1.000.000	1.000.001-5.000.000	>5.000.000
Monto de activos	Hasta USD100.000	De USD100.001 hasta USD750.000	De USD750.001 hasta USD3.999.999	>4.000.000

**Fuente:** (Superintendencia de Compañías, 2018)

Según el último estudio que aborda al sector empresarial en el país, presentado por el INEC en el 2017, en el país las mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) representaron el 99,55% de los negocios. “El segmento de mayor participación con un 90,78% son las microempresas, seguido de las pequeñas con 7,22% y las medianas con 1,55%” (El Universo, 2019, p. 1).

En el Ecuador, los resultados de las principales cuentas financieras presentadas en el año 2018 por la Superintendencia de Compañías muestran un comportamiento creciente, como se expone en la siguiente tabla:

**Tabla 2.** Principales cuentas financieras del sector empresarial Ecuador 2018

<b>Principales cuentas financiera</b>	<b>Valor en dólares americanos</b>	<b>Crecimiento</b>
Activos	91.556.000.000	6,90%
Pasivos	52.377.000.000	7,68%
Patrimonio	39.202.000.000	6,03%
Ganancia Neta	4.291.000.000	65,08%

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, citado por (Aval, 2019)

En definitiva, el sector empresarial presentó índices positivos en el año 2018, hubo un crecimiento importante en la situación financiera de las empresas, con respecto al año 2017, lo que contribuyó a la dinamización de la economía del país. Un panorama similar se observó en la mayoría de los sectores en el año 2019, respecto al año 2018. Así, el sector que mayor variación positiva presentó fue el de acuicultura y pesca de camarón con el 12,2% respecto al 2018; la industria de electricidad y agua presentó una tasa de variación de 6,7%; los servicios financieros registraron una expansión de 4,3%; el sector del petróleo y minas se dinamizó en el 1,9%. El sector servicios que incluye: comercio, construcción, salud, educación, transporte, suministro de electricidad y agua, correo, comunicación, actividades profesionales, administración pública, alojamiento y comida, actividades financieras y otros representó un valor agregado bruto (VAB) del 65,50% del PIB en el país (Banco Central del Ecuador, 2020).

Sin embargo, en el país es complicado predecir el futuro económico a corto o mediano plazo de las empresas. Estas están expuestas a factores externos que salen de su competencia, como es el precio del petróleo en el mercado internacional que afecta de forma global, lo que



indica que las medianas empresas están expuestas a las amenazas en el mercado por el entorno político y económico del país, lo que afecta su desarrollo, competitividad y sostenibilidad. Un ejemplo claro de ello, es el fenómeno que se está suscitando en este año, no solo en Ecuador sino en el mundo. A causa de la pandemia, en el país se produjo una caída de más del 25% del precio del barril de petróleo (Panam Post, 2020), lo que inquieta de forma directa a varios sectores, dentro de los cuales se destaca el empresarial que, sin duda se verá afectado y esto tendrá repercusiones, en razón de que las medianas empresas se han visto obligadas a interrumpir sus cadenas de producción, limitando su liquidez.

Además, de la emergencia que están pasando las empresas en la actualidad, por este caso fortuito, existen evidencias empíricas que indican que dentro de los principales obstáculos que existen para el crecimiento de las medianas empresas en el país se encuentran:

Bajos niveles de financiamiento y procedencia no oficial, créditos con elevados intereses, escasas utilidades y el alto riesgo, altos costos por interés bancario, altos costos de mercadería, recursos humanos poco calificados y débil gestión de la información y el conocimiento, baja creatividad del líder, elevado número de intermediarios, baja cultura empresarial, elevados costos de infraestructura, administración no orientada al empleado y el débil nicho de mercado. (Subía, Barzaga, & Nevares, 2018, p. 12)

Estos aspectos de alguna forma se relacionan con los problemas que generalmente tienen que enfrentar las medianas empresas, dados por las barreras que impiden que compitan en igualdad de condiciones con grandes empresas y la falta de políticas que contribuyan en su crecimiento y expansión a mercados internacionales (Peña & Vega, 2017). Estos factores inciden en la sostenibilidad de este tipo de empresas, provocando muchas veces que los emprendimientos no duren más allá de tres meses (Lasio, Ordeñana, Caicedo, & Izquierdo, 2018), afectando así sobre las decisiones que toman aquellos que desean iniciar con un negocio.

## **2 METODOLOGÍA**

### **2.1 Diseño de la investigación**

El enfoque de este estudio fue cualitativo, considerando que "utilizó la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación" (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 7). Su propósito fue descriptivo, porque buscó comprender las razones que motivaron a los sujetos a embarcarse en acciones significativas y crear un mundo que sea suyo (Ruiz de Velasco, 2007), en este caso, el mundo que crearon fueron las empresas.

Conjuntamente, el proceso que se utilizó en la investigación correspondió al razonamiento inductivo, dado que inició con la observación de casos específicos, para establecer fundamentalmente generalizaciones (Abreu, 2014); es decir que, partió de lo particular a lo

general. De esta forma, los resultados del estudio contribuyeron a comprender lo que sucede en torno al problema planteado (Jiménez, 2012).

La delimitación temporal de este estudio fue transversal porque los datos que se requirieron para examinar la relación entre las variables de interés se recogieron en un solo punto en el tiempo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). También, el estudio se fundamentó en aportes teóricos relacionados con el tema en cuestión que, facilitaron la interpretación de los resultados (Hernández, 2014).

La técnica de muestreo utilizada en este estudio fue no probabilística por conveniencia, dado que se seleccionaron aquellos casos que resultaron factibles, porque aceptaron ser incluidos, tomando en cuenta la accesibilidad y proximidad de los sujetos para los investigadores (Otzen, 2017).

En cuanto a, la industria seleccionada para el análisis, correspondió al sector servicios que incluyó aquellas empresas de mediano tamaño que se dedican a educación, turismo y servicios profesionales. Las organizaciones se seleccionaron dentro de la población de medianas empresas dedicadas a ofertar servicios en el país, en función de su aceptación para formar parte de este estudio (Otzen, 2017) (Tamayo, 2014), para el efecto, se consideraron ocho del sector establecido que fueron las que consintieron a participar en la investigación. Se accedió a éstas a través de una carta enviada por correo electrónico informando el objetivo del estudio e invitándolas a formar parte de éste. Una vez que aceptaron la invitación se les solicitó que firmen el consentimiento informado, en el cual se dio a conocer la confidencialidad de los informantes.

En relación a la recolección de datos, éstos se acopiaron a través de entrevistas semiestructuradas que después se analizaron considerando técnicas de análisis de discursos que parten del significado de las oraciones que conforman las respuestas del entrevistado hasta construir el significado global del texto en el contexto concreto, lo que implicó una variedad de habilidades cognitivas y opciones críticas por parte de los investigadores (Ballester, Orte, & Oliver, 2016).

## **2.2 Población y muestra**

Según el último Boletín de Estadísticas Económicas, en el país existen 13.937 empresas registradas de mediano tamaño que pertenecen al sector servicios (Directorio de Empresas, 2019, El Universo, 2019), sin embargo, no existen estadísticas que clasifiquen este tipo de empresas por la actividad que realizan. Por lo que, en la actualidad resulta difícil saber a ciencia cierta cuántas empresas medianas dedicadas a ofrecer diferentes servicios existen en el Ecuador.

No obstante, para este estudio se consideraron ocho medianas empresas de este sector que aceptaron colaborar con información y sus propietarios consintieron ser entrevistados. Así, la unidad de análisis correspondió a los propietarios de empresas de mediano tamaño que ofertan servicios de educación, actividades profesionales y de alojamiento, que se encuentran localizados geográficamente en distintas áreas del territorio ecuatoriano, precisamente en donde se asientan sus organizaciones. Se realizaron dos entrevistas en la provincia de Orellana, una en

Cotopaxi (servicios de alojamiento y comida), una en Santo Domingo (servicios de asesoría e instalaciones eléctricas) y cuatro en Pichincha (servicios legales, tributarios y financieros; servicios de implementación de aire; educación; y, aislamiento térmico).

### **2.3 Validez y confiabilidad**

Respecto a este tema, se consideró lo expuesto por Hernández, Fernández y Baptista (2014) quienes mencionaron que la confiabilidad de un instrumento está dado por el grado de similitudes que se producen cuando éste se repite al mismo objeto; en este caso, el objeto de estudio correspondió a los propietarios de empresas de similares características.

Además, la validez se dio por la posibilidad que tiene el método de la investigación utilizado de responder a las preguntas formuladas (Rusque, 2003), por otro lado, el instrumento reúne los requisitos necesarios para garantizar los resultados del estudio, por lo que, las conclusiones son creíbles y confiables (Pulido, 2015). Se trianguló la información obtenida a través de la comparación entre las transcripciones de las entrevistas y la evidencia empírica existente sobre el mismo tema.

Finalmente, se consideró el juicio de expertos, quienes actuaron como jueces, porque cuentan con los conocimientos y experiencia requerida (Galicia, Balderrama, & Navarro, 2014) en la aplicación de este tipo de estudios. En este caso, se tomó en cuenta a los docentes del programa de posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Internacional del Ecuador que actuaron como directores de este estudio.

## **3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **3.1 Perfil de los informantes**

Los informantes fueron ocho propietarios de medianas empresas del sector servicios conformados por siete hombres y una mujer. De los cuales, uno cuenta con un doctorado (PhD), otro con título de cuarto nivel, tres con título de tercer nivel, dos son bachilleres y uno estudió únicamente la primaria. Siete de los entrevistados llevan entre cinco y 14 años en el mercado y uno está a cargo de una empresa familiar que tiene más de 53 años de vida.

De los ocho empresarios entrevistados: cuatro son propietarios de empresas que ofrecen servicios de alojamiento y alimentación, tres domiciliadas en la provincia de Orellana y una en la provincia de Cotopaxi; por su parte, tres están en Pichincha, de las cuales, una brinda servicios de asesoría legal, tributaria y financiera; una está en la línea de la educación y otra provee servicios relacionados con aislamiento térmico; finalmente, una está en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y se dedica a dar servicios de asesoría e implementación de aire.

En promedio tienen 47 años, 11 años menos que el referido por el GEM Ecuador para los emprendedores múltiples (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020), no obstante, es coherente con lo expuesto por Cardozo (2010) quien señaló que la idea de una nueva empresa

se vincula con la experiencia previa de las personas y generalmente se produce por presiones sociales y económicas, por lo tanto, la ambición emprendedora de medianas empresas nace en la edad adulta. Es decir, en la idea de invertir recursos para la creación de un negocio intervienen diversos factores que se relacionan con el ámbito social y económico, por consiguiente, la edad es un factor fundamental al momento de tomar la decisión para crear empresas y como consecuencia, se produce cuando las personas ya cuentan con una personalidad y carácter firme, son más seguros y controlan sus emociones, dándoles más seguridad y firmeza al momento de tomar decisiones (Uriarte, 2005). Empero, esta realidad es distinta a la definida por Samaniego (2019) quien encontró que el mayor porcentaje de personas productivas en la región Costa se encuentran entre los 23 y 24 años de edad.

El nivel de escolaridad que predomina en el grupo participante los ubica como licenciados o ingenieros, lo que no es coherente con el perfil del emprendedor marcado por el GEM Ecuador, que indica que el promedio de años de escolaridad de los emprendedores múltiples es algo más de 12 (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020); es decir que los creadores de micro o pequeños negocios no cuentan con títulos universitarios, aspecto que, definitivamente marca la diferencia en la administración de empresas, al considerar que, la capacidad de gestión del propietario incide en el crecimiento de la empresa y este definitivamente está ligado a la formación o capacitación que tenga. Lo que coincide con lo expuesto por Sánchez, Ward, Hernández y Florez (2017) quienes indicaron que la predisposición de iniciar un negocio se relaciona directamente con la cultura, porque los emprendedores buscan un cambio en el desarrollo de su realidad.

### **3.2 Diversificación de actividades**

Se pudo evidenciar que existe una tendencia entre los empresarios entrevistados por diversificar sus actividades económicas, no se centran en una sola, sino que buscan nuevas oportunidades para crear negocios, sin embargo, de que estos no siempre se asocian a la actividad principal que realizan; lo que, es coherente con lo expuesto por León (2016), quien señaló que los empresarios, producto del desarrollo de la economía global optan por incorporar nuevas actividades económicas, sea para transformarse o mantener su empresa dinámica y sostenible, de manera que, bien podría decirse que se ubican dentro de los emprendedores exitosos que identifican claramente lo que quieren hacer y eliminan de su pensamiento las ideas que representan barreras para emprender (Alcaraz, 2011), porque no se limitan a ofrecer sólo un servicio sino que procuran ver en qué otro sector económico pueden invertir para crear nuevos negocios. Lo que a su vez, es coherente con las recomendaciones dadas por la CEPAL (2018) en el sentido, que la transformación de las instituciones gubernamentales deben ir dirigidas a impulsar el comercio que impulse la diversificación productiva como una medida para mejorar el desarrollo.

### **3.3 Motivación para crear empresas**

De entre los factores que intervienen en la motivación que tuvieron los entrevistados por crear empresa prevalece la oportunidad que se les presentó para el efecto, seguido de la necesidad y la idea de mejorar su economía, lo que coincide con los resultados de GEM Ecuador, que señaló

que el 52.5% de emprendedores crean negocios porque ven una oportunidad para acumular riqueza y el 32.3% por necesidad (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020). Por otro lado, están dentro de aquellos que se consideran exitosos precisamente porque son capaces de tomar decisiones en función de las oportunidades que se les presenta (Alcaraz, 2011); es decir, que los propietarios de medianas empresas detectan aquellos factores positivos del entorno que surgen y que significan posibilidades de desarrollo para sacarles provecho al generar organizaciones que les rindan beneficios. Lo que bien puede ser coincidente con los criterios expuestos por Guananga (2018) quien indicó que las principales motivaciones de los emprendedores son la realización personal y el reconocimiento social que demanda perseverancia, asumir riesgos y ser sociable, por lo tanto, se requiere tener una actitud optimista, armónica y ética.

### **3.4 Tiempo para cristalización de la idea de negocio**

El tiempo promedio que se demoraron los empresarios en cristalizar su idea de negocio fueron dos años, lo que indica que estos emprendedores en poco tiempo decidieron arriesgarse y aventurarse a alcanzar el éxito fundamentado en perseverancia y esfuerzo, con el fin de cumplir sus metas; es decir que, cumplen con ciertas características de los emprendedores exitosos como son decisión y riesgo (Orbe & Santacruz, 2017). Lo que indica que contaban con los recursos necesarios para hacerlo, y que de una u otra forma contribuyó a que sean sostenibles, alejándolos del error que comenten generalmente los emprendedores en el Ecuador, como lo señaló Guananga (2018) cuando afirmó que habitualmente se crean falsas expectativas de alcanzar rentabilidad con pocos recursos y en corto tiempo, lo que conduce al fracaso de los emprendimientos.

### **3.5 Acciones que tomaron para emprender**

Los empresarios coincidieron en que el establecimiento de sus empresas fue el resultado de sacar provecho a las oportunidades que se les presentó, hacen énfasis en la necesidad que tuvieron de buscar apoyo extra de otras personas que pudieran aportar con sus conocimientos, tal como lo sugiere Vallmitjana (2018) quien señaló que las empresas que muestran tasas de crecimiento consideran la búsqueda de nuevas ideas entre sus trabajadores y confían plenamente en los recursos con los que cuentan; por lo tanto, bien podría decirse que estos emprendedores pertenecen al grupo en el que existe un poder imperial de hacer su negocio grande, porque su necesidad de creación es fuerte (Ollé & otros, 2007), lo que los ubica dentro del tipo de emprendedor-empresario que posee características que los pueden llevar al éxito debido a que tomaron decisiones oportunas, saben comunicar sus ideas y asumen los riesgos.

### **3.6 Elección del lugar para establecer la empresa**

Las respuestas otorgadas por los entrevistados, dejaron conocer que siete de los ocho establecieron sus negocios en ciudades que, de acuerdo al giro de éstos, cuentan con características apropiadas para su desarrollo, lo que se puede considerar dentro de las ventajas competitivas, porque de la ubicación de una empresa depende que pueda o no atraer a clientes potenciales y por ende, que dure o no en el mercado (Sapag, 2007) (Carvaja, Ormeño, Sanz, &

Valverde, 2018), también porque el éxito o fracaso de las empresas obedece en gran medida del lugar en que se encuentren. Lo que coincide con lo expuesto por Vallmitjana (2018) quien afirmó que el desarrollo económico no se da de forma general, sino que se produce entre personas específicas en lugares específicos, porque las empresas son locales.

En este sentido, se evidencia que los empresarios antes de crear su empresa definieron el sitio en donde establecer la organización, consideraron las condiciones de la zona para distinguir los factores que pudieran afectar a su crecimiento en el futuro; en otras palabras, visualizaron sus objetivos a largo plazo (Orbe & Santacruz, 2017), lo que indica que cuentan con características propias de los emprendedores exitosos.

### 3.7 Financiamiento

En cuanto al financiamiento que requirieron para iniciar su negocio, se evidenció el predominio del sistema bancario nacional para la creación de emprendimientos; esto contradice lo expuesto por Aguirre (2015) quien señaló que las pymes conocen escasamente de fuentes y formas de financiamiento que ofrecen las entidades financieras privadas. Por lo tanto, se puede decir que los emprendedores participantes en este estudio cuentan con la característica de investigación, como atributo de emprendedores exitosos (Orbe & Santacruz, 2017). En otras palabras, éstos, sí investigaron sobre el tema, lo que les permitió contar con los recursos requeridos para crear sus negocios.

Se destaca, sin embargo, que la mayoría, no realizó un estudio técnico previo que les permitiera identificar la viabilidad del negocio, es decir, vieron una oportunidad, decidieron y asumieron el riesgo. A decir, de cinco de los ocho entrevistados, se basaron en la experiencia, lo que les ha permitido mantenerse en el mercado, y a su vez concuerda con lo expuesto por Sansores y Navarrete (2018) quienes indicaron que la capacidad del empresario de las pymes principalmente se basa en su experiencia, debido a que aprenden haciendo y afianzan sus conocimientos cuando mantienen contacto con otros empresarios.

### 3.8 Tiempo de vida

En promedio, las empresas a su cargo tienen 15 años de vida, lo que contradice a los resultados del GEM Ecuador que muestran que los emprendimientos en el país no superan los 42 meses de antigüedad (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020), por otra parte, estos resultados indican que se trata de empresarios perseverantes que han luchado por sus objetivos de forma constante, lo que los incluye dentro de la categoría de emprendedores de éxito.

No obstante, éstas, han tenido que enfrentarse a diversos factores que han afectado su estabilidad, como los relacionados con la economía que influye en su rendimiento, lo que concuerda con los resultados de GEM Ecuador en los que se indica que la valoración más baja dada por los emprendedores precisamente está relacionada con las políticas gubernamentales que tienen sus efectos en el desarrollo económico del país (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020), a este factor se suman las dificultades que se presentan por la competencia existente en el mercado, lo que limita su desarrollo, tal como lo refiere Gualotuña (2011) quien

señaló que las medianas empresas son susceptibles a los cambios repentinos que se producen por las políticas económicas, así como la competencia agresiva.

### **3.9 Factores que les han permitido ser competitivos y sostenibles**

También se determinó que, de los factores que les han permitido mantenerse a flote sobresale la aceptación de los clientes, lo que se traduce en perseverancia para lograr contar con la calidad de servicios requerido para mantener su fidelidad. Este aspecto, a la vez se relaciona con la característica de los emprendedores exitosos, definido por su capacidad de control (Orbe & Santacruz, 2017), que seguramente, hacen que sean cautelosos al momento de desarrollar tareas que se involucran en sus proyectos, al tomar la iniciativa, realizar evaluaciones y corregir lo que se requiera en función de mantenerse en el mercado. Lo que es coherente con los hallazgos de Chávez y Traverso (2017) quienes indicaron que parte del éxito de una empresa depende de la planificación y control que realicen para mantener el mejoramiento continuo de los productos o servicios que se ofrecen.

### **3.10 Recomendaciones a emprendedores que desean plasmar su idea de negocio**

Los entrevistados fueron enfáticos en señalar que, un emprendedor que desea cristalizar su idea de negocio debe ser persistente, lo que lo enmarcaría dentro de las características de los emprendedores orientadas al logro, porque éste sería un requisito básico para adaptarse a los cambios; además, de pensar en grande, trabajar bajo objetivos o metas e innovar; conjuntamente, se distingue la característica del planificador que se fija metas y busca información para hacer frente a los cambios que se presentan en el mercado. Tal como lo indicó Guananga (2018), para emprender se debe evaluar el sector económico en el cual se va a impulsar el negocio, considerando la concentración de empresas por tamaño y actividad; así como, las características y necesidades de los potenciales clientes.

Por lo tanto, se requiere contar con características que se involucren en la capacidad planificadora, lo que conlleva a la autoconfianza para lograr concretar su ideal (Lizarazo, 2009), lo que coincide con Cardozo (2010) quien indicó que un emprendedor debe ser perspicaz al momento de analizar el entorno en el que va a establecer su negocio.

En definitiva, desde la perspectiva de los entrevistados un emprendedor que desea cumplir su idea de negocio debe ser persistente o perseverante, planificador al fijarse metas y buscar información que le permita tener el conocimiento necesario para tomar decisiones para aprovechar las oportunidades existentes en el entorno y finalmente confiar en sí mismo y en sus capacidades para cumplir con su sueño.

### **3.11 Pronóstico a mediano plazo**

Con relación al pronóstico que hacen de sus negocios a mediano plazo, estos son negativos: asumen que habrá un decrecimiento de sus ventas, por lo que, lo calificaron como incierto y crítico; esperan sobrevivir, sin obtener utilidades con la esperanza de que las cosas mejoren una

vez superada la crisis provocada por la pandemia. Lo que es ratificado por el Banco Central del Ecuador, que estimó que el PIB ecuatoriano producto de la pandemia decrecerá un 7.3% en el 2020 en el mejor de los escenarios (El Comercio, 2020).

Además, todos los empresarios que brindan servicios que no se relacionan con asesoría legal, tributaria y financiera destacan que la pandemia afectó su empresa, señalaron que disminuyeron los ingresos, tal como lo refirió el Ministerio de Finanzas, hasta mayo de este año Ecuador registró pérdidas acumuladas de más de 15 mil millones de dólares, del cual, el 70% correspondió al sector productivo, siendo las actividades que más pérdidas presentaron: el comercio, los servicios y la manufactura (El Comercio, 2020). Producto de ello, las empresas tuvieron que hacer ajustes para reducir los costos, lo que indica el deterioro económico que está dejando la crisis actual que afecta no únicamente a las empresas, sino a prácticamente a todos los pobladores del país, tal como lo sugiere los resultados de las encuestas realizadas al respecto por los autores del GEM Ecuador.

Finalmente, todos los empresarios mencionaron que, para mantenerse en el mercado tuvieron que reducir los costos al máximo como medida para afrontar las dificultades existentes en el medio, producto de la pandemia; lo que en la mayoría de los casos provocó reducción de jornadas laborales y a su vez implicó reducción de salarios o de personal. Lo anterior, es confirmado por una investigación realizada que asegura que los retos que enfrentaron las empresas desde que inició la cuarentena por la pandemia incluyó "reajuste de nómina, reducción de la jornada laboral, nuevas contrataciones e innovación tecnológica" (El Universo, 2020, p. 1). Una triste realidad que afecta a miles de hogares ecuatorianos, lo que disminuye la capacidad adquisitiva y disminuye la dinamización de la economía, afectando el desarrollo nacional.

## 4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Conclusiones

El perfil del emprendedor de medianas empresas ecuatoriano, al tomar en cuenta a los empresarios participantes en este estudio, cuentan con títulos de tercer y cuarto nivel, llevan entre cinco y 14 años en el mercado. Tienen en promedio 47 años de edad y están dentro del grupo de los emprendedores múltiples. Se caracterizan por formar parte de los denominados emprendedores-empresarios, son perseverantes, toman decisiones oportunas, asumen riesgos, consideran los factores que pueden afectar a su crecimiento, visualizan sus objetivos a largo plazo, basándose sobre todo en la experiencia más que en el análisis técnico, lo que les ha permitido mantenerse algunos años en el mercado. El tiempo promedio en que cristalizaron su idea de negocio fue dos años. Este grupo recalca como factores negativos del ambiente emprendedor a las políticas públicas que afectan el desarrollo en el país.

En el Ecuador existen cuatro tipos de empresas: las micro, pequeñas, medianas y grandes. Las que corresponden a este estudio se encuentran dentro de las medianas porque tienen entre 50 y 199 personas a su cargo, mantienen un valor bruto de ventas anuales que está entre el



millón y cinco millones de dólares americanos y el monto de sus activos está en el rango de los USD750.001 y USD 3.999.999.

Las razones que motivaron a los emprendedores de las medianas empresas participantes en este estudio a poner en práctica sus ideales de negocio se traducen en que reconocieron las oportunidades que se les presentó y que tuvieron la necesidad de generar nuevos ingresos para mejorar su economía. Estos aspectos concuerdan con los resultados de GEM Ecuador en este sentido; sin embargo, los empresarios entrevistados también muestran deseos constantes de progreso, por lo que, bien puede decirse que se trata de personas visionarias que, al detectar una oportunidad se trazan metas y trabajan para alcanzarlas.

Finalmente, el grupo entrevistado pronostica negativamente el futuro a mediano plazo de su negocio, por el decrecimiento de sus ventas y un panorama económico que resulta incierto y crítico, ante lo cual, tuvieron que tomar medidas drásticas que incluyeron recortes en sus costos que afectaron sobre todo a los trabajadores. Este es un efecto de la crisis económica provocada por la pandemia, por lo tanto, son conscientes que para ser sostenibles tendrán que innovar y procurar captar nuevos nichos de mercado.

## **4.2 Recomendaciones**

A quienes desean emprender en el ámbito de medianas empresas se recomienda, mantener una formación académica que provea del conocimiento requerido que permita visualizar las oportunidades existentes en el entorno, para sacarles el mayor provecho posible al momento de crear negocios.

Además, para que un empresario sea exitoso se recomienda que sea perseverante, asuma riesgos en función del planteamiento de objetivos y metas, al considerar aquellos factores que pudieran afectar el desarrollo de su negocio, poniendo en práctica su experiencia y apoyándose en otros que cuenten con los conocimientos y experiencia requerida para impulsar los proyectos que se tracen.

Así mismo, para afrontar las dificultades que pueden presentarse de forma inesperada en el mercado es preciso innovar constantemente y adaptarse a los cambios que el medio demanda, manteniendo siempre un servicio o producto de calidad que satisfaga plenamente las expectativas de los clientes, con el fin de fidelizarlos y llegar a nuevos segmentos de mercado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J. (2014). *El método de la investigación*. Obtenido de Daena: International Journal of Good Conscience. 9(3)195-204: [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Aguirre, M. (2015). *Fuentes y formas de financiamiento para pequeñas y medianas empresas del sector comercial de Quito, Periodo 2010-2020 (tesis de maestría)*. Obtenido de Universidad Tecnológica Equinoccial: [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17319/1/63713\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17319/1/63713_1.pdf)
- Alcaraz, R. (2011). *Emprendedor de éxito*. Ciudad de México: Editorial Mc Graw Hill.
- Aval. (2019). *¿Cuál fue la situación del sector empresarial ecuatoriano en el 2018?* Obtenido de Aval. Información de Empresas: <https://www.aval.ec/informacion-general-de-empresas/cual-fue-la-situacion-del-sector-empresarial-ecuatoriano-en-el-2018/>
- Ballester, L., Orte, C., & Oliver, J. (2016). *Análisis cualitativo de entrevistas*. Obtenido de Universidad de las Islas Baleares: [https://www.researchgate.net/profile/Lluis\\_Brage/publication/266393355\\_Analisis\\_cualitativo\\_de\\_entrevistas/links/54312df10cf29bbc12774e02/Analisis-cualitativo-de-entrevistas.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Lluis_Brage/publication/266393355_Analisis_cualitativo_de_entrevistas/links/54312df10cf29bbc12774e02/Analisis-cualitativo-de-entrevistas.pdf)
- Banco Central del Ecuador. (2020). *La economía ecuatoriana en crecimiento*. Obtenido de <https://www.bce.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1182-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-creci%C3%B3-06-en-2019>
- Caldas, M., & Hidalgo, M. (2019). *Empresa e iniciativa emprendedora 360°*. Madrid: Editex.
- Cardozo, A. (2010). *La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos (tesis doctoral)*. Obtenido de Universidad Nacional de Educación a Distancia. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=tesisuned:CiencEcoEmp-Apcardozo&dsID=Documento.pdf>
- Carvaja, L., Ormeño, J., Sanz, L., & Valverde, M. (2018). *Técnicas administrativas básicas*. Madrid: Editex.
- CEPAL. (2018). *Perspectivas económicas de América Latina 2018*. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43513/1/LEO2018\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43513/1/LEO2018_es.pdf)
- Chávez, K., & Traverso, P. (2017). *Factores que promueven el emprendimiento en hombres y mujeres en el Ecuador*. Samborondón: Universidad ECOTEC.
- Directorio de Empresas. (2019). *Sector empresarial en el país*. Obtenido de INEC: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/cerca-de-900-mil-empresas-se-registraron-en-ecuador-en-2018/#:~:text=Quito%2C%20Ecuador%20\(10%2F12, finales%20de%20noviembre%20de%202019.](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/cerca-de-900-mil-empresas-se-registraron-en-ecuador-en-2018/#:~:text=Quito%2C%20Ecuador%20(10%2F12, finales%20de%20noviembre%20de%202019.)
- El Comercio. (2020). *El Banco Mundial estima que la economía de Ecuador se contraerá 7,4% por la pandemia*. Obtenido de Diario El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/banco-mundial-economia-ecuador-pandemia.html>
- El Comercio. (2020). *USD 15 863 millones suman pérdidas causadas por pandemia en Ecuador*. Obtenido de Diario El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/perdidas-economia-pandemia-ecuador-coronavirus.html>

- El Universo. (2019). *Las mipymes representan el 99% de negocios en Ecuador*. Obtenido de Diario El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/06/27/nota/7396308/mipymes-representan-99-negocios-pais>
- Galicia, L., Balderrama, J., & Navarro, R. (2014). *Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual*. Obtenido de Revista Scielo México: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-61802017000300042](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-61802017000300042)
- Gualotuña, M. (2011). *Análisis de la situación de las pymes ubicadas en la ciudad de Quito y su apertura a mercados internacionales en el período 2005-2009*. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5005/1/UPS-QT00080.pdf>
- Guananga, A. (2018). *Situación y gestión del emprendimiento*. Obtenido de Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/15558/3/Situaci%C3%B3n%20y%20gesti%C3%B3n%20del%20emprendimiento.pdf>
- Hernández, R. (2014). *La investigación cualitativa a través de entrevistas: Su análisis mediante la teoría fundamentada*. Obtenido de Universidad Internacional de la Rioja (España): <https://revistascientificas.us.es/index.php/Cuestiones-Pedagogicas/article/view/9815/8588>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: Editorial Mc Graw Hill.
- INEC. (2017). *Panorama laboral y empresarial del Ecuador*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Panorama%20Laboral%202017.pdf>
- INEN. (2018). *Empresas en el Ecuador*. Obtenido de Encuesta Estructural Empresarial. ENESEM 2016: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias-INEC/2018/Estructural\\_Empresarial.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias-INEC/2018/Estructural_Empresarial.pdf)
- Jiménez, V. (2012). *El estudio de caso y su implementación en la investigación*. Obtenido de Universidad Autónoma de Asunción. Paraguay.: <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Dialnet-EIEstudioDeCasoYSuImplementacionEnLaInvestigacion-3999526.pdf>
- Lasio, V., Ordeñana, X., Amaya, A., & Zambrano, J. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor. Ecuador 2017*. Guayaquil: ESPAE - ESPOL.
- Lasio, V., Ordeñana, X., Caicedo, G. S., & Izquierdo, E. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor. Ecuador 2017*. Guayaquil: ESPAE - ESPOL.
- León, O. (2016). *Impacto de las tecnologías de información y comunicación en la diversificación empresarial (tesis doctoral)*. Obtenido de Mondragon Unibertsitatea: <http://ebiltegia.mondragon.edu/xmlui/bitstream/handle/20.500.11984/1194/Omar%20Leon%20Garcia%20Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lizarazo, M. (2009). *Jóvenes emprendedores*. Quito: Editorial IICA.
- Machado, Ó., Aquino, I., Salinas, S., & León, G. (2013). *¿Soy emprendedor o soñador? Yachana Vol. 2(1)*, 41-54.
- Ollé, M., & otros, y. (2007). *El plan de empresa. Cómo planificar la creación de una empresa*. Barcelona: Boixaren Editores.
- Orbe, R., & Santacruz, G. (2017). *Análisis de los factores clave de éxito para el desarrollo del espíritu emprendedor*. Sangolquí: ESPE.

- Otzen, T. (2017). *Técnicas de muestreo sobre una población a estudio*. Obtenido de Int. J. Morphol., 35(1):227-232: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Panam Post. (2020). *¿Cómo afecta el coronavirus a la economía de Ecuador?* Obtenido de [https://es.panampost.com/mamela-fiallo/2020/03/13/coronavirus-economia-ecuador/?\\_\\_cf\\_chl\\_jschl\\_tk\\_\\_=d4856a5301180929c36b8ee50aa59b4809718d1e-1586806609-0-AckI3kkH6auq-jetqR\\_RJ48glXyXbJ3p0cziVXT2KkYJlI11GKesyW3nzZWvGCJSNwMc3iNUaik1vlcQppAHs6nTOkSgmDaBibNDI](https://es.panampost.com/mamela-fiallo/2020/03/13/coronavirus-economia-ecuador/?__cf_chl_jschl_tk__=d4856a5301180929c36b8ee50aa59b4809718d1e-1586806609-0-AckI3kkH6auq-jetqR_RJ48glXyXbJ3p0cziVXT2KkYJlI11GKesyW3nzZWvGCJSNwMc3iNUaik1vlcQppAHs6nTOkSgmDaBibNDI)
- Peña, M., & Vega, N. (2017). Estructura de las PYMES en la economía ecuatoriana. *Revista Sur Academy*, 30-34.
- Pulido, M. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica. *Revista Opción Universidad del Zulia Maracaibo*, 1137-1156.
- Ruiz de Velasco, A. (2007). *Manual de Derecho Mercantil*. Madrid: Editorial Universidad Pontificia Comillas.
- Rusque, M. (2003). *De la diversidad a la unidad en la investigación cualitativa*. Caracas: Vadell Hermanos Editores.
- Samaniego, J. (2019). *Incidencia de la inversión del talento humano sobre la productividad en las pequeñas y medianas empresas del sector comercial durante el periodo 2017-2018 en la región Costa (tesis de ingeniería)*. Obtenido de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13636/4/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-538.pdf>
- Sánchez, J., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. (2017). *Educación emprendedora: Estado del arte*. Obtenido de Revista Scielo Perú. Propósitos y Representaciones vol. 5 N° 2: [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2307-79992017000200010](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-79992017000200010)
- Sansores, E., & Navarrete, J. (2018). *Crecimiento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa: un análisis de los factores determinantes*. Obtenido de Revista Venezolana de Gerencia, Vol. 23, N° 81: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055767010/html/index.html>
- Sapag, N. (2007). *Proyectos de inversión. Formulación y Evaluación*. Lima: Editorial Pearson, Prentice Hall.
- Tamayo, G. (2014). *Diseños muestrales en la investigación*. Obtenido de Facultad de Economía Industrial Universidad de Medellín: <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Dialnet-DisenosMuestralesEnLaInvestigacion-5262273.pdf>
- Toapanta, L. (2019). *Diseño para una metodología para la implementación de emprendimientos sostenibles, desde la Federación de Barrios de Riobamba (tesis de ingeniería)*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Uriarte, J. d. (2005). *En la transición a la edad adulta. Los adultos emergentes*. Obtenido de International Journal of Developmental and Educational Psychology, vol. 3, núm. 1, pp. 145-160: <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832310013.pdf>
- Valencia, L. (2017). Emprendimiento en Ecuador. Estudio de Caso: Provincia de Santa Elena. *Artículo de investigación. Revista Killkana Sociales. Vol. 1, No. 2, 27-32*.
- Vallmitjana, N. (2018). *La actividad emprendedora de los graduados IQS (tesis doctoral)*. Obtenido de Universitat Ramon Llull: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/145034/Tesis+Nuria+Vallmitjana+Palau.pdf;jsessionid=FEE3CE3F5789ED7DD0410F336583CB9F?sequence=1>
- Vásquez, J. (2015). *El emprendimiento empresarial*. Estados Unidos: Editorial Createspace Independent Publishing Platform.



Vásquez, M., & otros, y. (2019). *Emprendimiento en Cali*. Cali: Programa Editorial Universidad Autónoma de Occidente.

Zambrano, D. (2019). *Caracterización de la acción emprendedora en profesionales de la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil:  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13189/1/T-UCSG-POS-MAE-234.pdf>