

ANÁLISIS PERCEPTIVO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ALGUNOS CANTONES DE LA PROVINCIA LOS RÍOS, ECUADOR

PERCEPTIVE ANALYSIS OF ENTREPRENEURS IN SOME CANTONES OF LOS RÍOS PROVINCE, ECUADOR

Manuel Francisco Morales Haz ^I  <https://orcid.org/0000-0002-6937-8058>

Laura Eugenia Tachong Alencastro ^I  <https://orcid.org/0000-0001-6131-1863>

Mario Herrera Soler ^{II} *  <https://orcid.org/0000-0001-6825-8460>

^I Universidad Técnica Estatal de Quevedo (UTEQ), Quevedo, Ecuador

^{II} Empresa pública de producción y desarrollo de la universidad técnica estatal de Quevedo (PRODUTEQ), Quevedo, Ecuador

*Autor para dirigir correspondencia: mariohscu@gmail.com

Clasificación JEL: D01, D22, D74

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6349228>

Recibido: 18/01/2022

Aceptado: 07/03/2022

Resumen

La mayor parte de los emprendimientos están constituidos por pequeñas empresas y microempresas que tienen una elevada representación en la provincia Los Ríos, Ecuador, de las que dependen numerosas familias para llevar su sustento a casa, además de contribuir a los servicios y el avituallamiento en cada cantón. Este artículo tiene como objetivo obtener una percepción de las características de estas empresas, determinando sus fortalezas y debilidades y de esta manera hacer propuestas que eliminen o mitiguen los obstáculos y elevar la eficiencia en cada caso. Entre los resultados que se destacaron está que existe consenso de la importancia de los emprendimientos por la empleabilidad y los servicios que recibe la población.

Palabras clave: emprendimiento, desarrollo local, sostenibilidad, encuesta

Abstract

Most of the entrepreneurship are made up of small businesses and microenterprises that have a high representation in Los Ríos province, Ecuador, on which many families depend to take their livelihoods home, in addition to contributing to services and supplies in each canton. This article aims to obtain a perception of the characteristics of these companies, determining their strengths and weaknesses and thus make proposals that eliminate or mitigate obstacles and increase efficiency in each case. Among the results that stood out is that there is consensus on the importance of entrepreneurship for the employability and services that the population receives.

Keywords: entrepreneurship, local development, sustainability, survey

Introducción

Entre los Objetivos del Desarrollo Sostenible para el 2030, se encuentra el garantizar suministros limpios, seguros, asequibles, eficientes y equitativos de agua y energía. Esta meta constituye una clave estratégica, en virtud de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS),¹ con vistas a reducir la pobreza para el año 2030, acción fundamental para lograr comunidades saludables y productivas.

El desarrollo local puede constituir una pieza clave para alcanzar los Objetivos del Desarrollo Sostenible. Se define al desarrollo local como: “el proceso de mejora de las condiciones de vida de un territorio concreto, asumido y protagonizado por la población local”.² En el desarrollo local intervienen actores que aprovechan sosteniblemente los recursos que poseen, a través de un plan estratégico, usando agentes que dan soluciones a sus propios problemas. Por una parte, a partir de la optimización de los recursos propios existentes en la comunidad y por otra, logrando una intervención efectiva de los sectores más vulnerables.

Para lograr esto último, es necesario que se establezca diálogo social como la plataforma ideal para que los sectores más humildes participen en el desarrollo económico local. Esta participación tiene tres formas de expresión fundamentales, según reportan^{3,4}: (1) les permite contribuir a la formulación de políticas, (2) participar en la toma de decisiones y (3) desempeñar un papel importante en la implementación de las estrategias acordadas. Estas acciones, contribuyen a reducir el desarrollo desigual de los sectores sociales, ya que toman en cuenta estos sectores de la comunidad.

Cabe destacar el rol crucial que desempeñan las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el desarrollo económico local, en particular en América Latina. En el año 2016, este tipo de empresas representaban el 99.5% del total de empresas de la región. Es decir, 88.4% eran microempresas, 9.6% eran pequeñas empresas y 1.5% eran medianas empresas (cita). Pese a aquello, la participación de las MIPYMES en el PIB de la región representaba tan solo el 25% de la producción en dicho periodo.

El desarrollo local muchas veces se origina como una respuesta de los individuos para resolver sus propios problemas de empleo mediante la creación de MIPYMES, las cuales tienen una alta contribución al empleo en Latinoamérica, pero con un bajo aporte a la producción total entre empresas de diverso tamaño.

ANÁLISIS PERCEPTIVO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ALGUNOS CANTONES DE LA PROVINCIA LOS RÍOS, ECUADOR

Ante una realidad nacional, donde se localizan zonas de alta marginación y pobreza, la participación de la universidad como gestora del desarrollo local, puede jugar un papel fundamental. La universidad tiene la posibilidad de generar propuestas desde lo global hasta lo local y desde lo local hacia lo global.⁵ Este enfoque resulta conveniente para lograr que el desarrollo local sea eficiente, proponiendo estrategias donde se involucren los actores locales del desarrollo y las instituciones públicas y privadas.

En este marco, la universidad como difusora de conocimientos, debe definir y fortalecer su papel de gestora del desarrollo local, lo cual respondería a la tercera misión que la sociedad contemporánea le ha asignado.^{5,6} Es un hecho aceptado que la universidad pública contribuye a la formación de profesionistas.

Además, como creadora de conocimientos, debe vincularse al desarrollo de la investigación aplicada para alcanzar un aprovechamiento sustentable de los recursos que ofrece el entorno. Pero también debe, con la participación de la población y el sector productivo de la zona, reflejar la intervención de la institución en acciones que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes en la localidad. En tal sentido, el desarrollo local o endógeno, más que un modelo de análisis, es una interpretación orientada a implementación de políticas públicas, en la que los actores locales, a través de sus decisiones e iniciativas, marcan la senda del desarrollo.⁷

El objetivo del artículo es tener una percepción del comportamiento de los emprendimientos en los cantones Quevedo, Mocache, Valencia y Ventanas de la provincia Los Ríos y presentar las fortalezas y debilidades del desarrollo económico local en estos cantones para derivar medidas que eliminen o mitiguen las debilidades encontradas.

Materiales y métodos

El trabajo se desarrolló en los cantones Valencia, Ventanas, Mocache y Quevedo, todos pertenecientes a la provincia Los Ríos. Se escogieron estos cantones para este estudio porque son aquellos que se encuentran dentro de la región de influencia de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Para así, de esta manera, determinar el impacto que tendría dicha institución de estudios superiores en el progreso local. Se desarrolló una investigación cuantitativa-empírica-analítica ubicada en el nivel descriptivo-comparativo a partir de una encuesta aplicada a los emprendimientos de diferentes categorías, en relación con la cantidad de trabajadores que componían cada uno de ellos. Los emprendimientos se categorizaron según la escala que se muestra en la **Tabla 1**.

Tabla 1. Categorías según el número de trabajadores de las empresas incluidas en el estudio

1	2	3	4
Empresa Grande (Más de 250 trabajadores)	Mediana Empresa (50-250 trabajadores)	Pequeña Empresa (11 a 49 trabajadores)	Microempresa (Menos de 10 trabajadores)

Fuente: elaboración propia

Es importante señalar que la clasificación de empresas no solamente incluye el número de trabajadores contratados dentro de una empresa, sino también el volumen de ventas de la misma. Sin embargo, para

ANÁLISIS PERCEPTIVO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ALGUNOS CANTONES DE LA PROVINCIA LOS RÍOS, ECUADOR

efecto de este estudio, categorizamos a las empresas de acuerdo al número de trabajadores debido a que la selección de las mismas fue llevada a cabo de manera aleatoria por parte de los encuestadores ubicados en los cantones mencionados en este estudio, sin acceso a información de ventas por parte de las empresas encuestadas.

Se construyó una encuesta exprofeso para esta investigación que contaba con un cuestionario que incluía 9 ítems compuesto de preguntas cerradas. Se evaluó según una escala Likert de 5 puntos: “1” Muy bueno; “2” Bueno; “3” Regular; “4” Malo; y “5” Muy malo. Los criterios que se consideraron en la evaluación fueron las siguientes:

- a) ¿Cómo Ud. considera el éxito de su emprendimiento?
- b) ¿Cómo Ud. considera la calidad de sus clientes? (Se refiere a la capacidad de pago de los consumidores)
- c) ¿Cómo Ud. considera su gestión en el mercado?
- d) ¿Cómo evalúa el apoyo que le da su negocio a la solución de los problemas de la población?
- e) ¿Cómo evalúa su promoción para conseguir clientes?
- f) ¿Cómo Ud. evalúa la posición de su negocio respecto a sus competidores?
- g) ¿Qué valor le da Ud. a que su emprendimiento esté brindando un servicio especial respecto a lo que ofrecen sus competidores? (Se trata de averiguar qué diferencia al emprendimiento de la competencia)
- h) ¿Cómo evalúa su preparación para enfrentar los riesgos económicos de su emprendimiento?
1. ¿Cuándo sucede un impacto negativo sobre su emprendimiento, cómo evalúa su respuesta para darle solución?

Para la captura y codificación de los datos se utilizó el tabulador Excel de Windows 10 y el programa IBM SPSS Statistics Versión 24 para determinar la confiabilidad del cuestionario de 9 ítems a través de la evaluación del Coeficiente Alfa de Cronbach, uno de los más utilizados con este propósito, el que arrojó que el mismo era confiable (0,826) según la consistencia interna de los ítems.

Se analizó la posibilidad de mejorar el Alfa de Cronbach mediante la anulación de alguno de los ítems y los resultados se muestran en la **Tabla 2**.

Tabla 2. Valores del Alfa de Cronbach en función del ítem que se elimine

Ítem	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
a)	0,804
b)	0,806
c)	0,799
d)	0,810
e)	0,820
f)	0,798
g)	0,811
h)	0,809
i)	0,815

Fuente: elaboración propia

ANÁLISIS PERCEPTIVO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ALGUNOS CANTONES DE LA PROVINCIA LOS RÍOS, ECUADOR

En ninguno de los casos el Alfa de Cronbach aplicado tras anular alguno de los ítems mejoró el resultado inicial con todos los ítems. El análisis de la información se realizó con estadística descriptiva por ítem con el objetivo de determinar las características de los emprendimientos en los cantones Valencia, Ventanas, Mocache y Quevedo de la provincia Los Ríos. Se evaluó la frecuencia en porcentaje de cada uno de los ítems en relación con la distribución de las diferentes categorías de la escala seleccionada, estableciéndose comparaciones entre los resultados generales de los cuatro cantones y cada uno de los cantones y entre cantones.

La encuesta, una vez concluida, viabilizará un diagnóstico de las características en cada uno de los cantones. A su vez, esta caracterización permitirá identificar la existencia de potencialidades y vulnerabilidades, que aseguren el diseño de proyectos que incluyan la aplicación de los objetivos del Desarrollo Sostenible. De esta forma, el esfuerzo del proyecto se encamina a crear las condiciones para alcanzar algunos de los objetivos que se plantean en la Agenda del 2030 para el Desarrollo Sostenible. La sistematización del diagnóstico se muestra en la **Figura 1**.

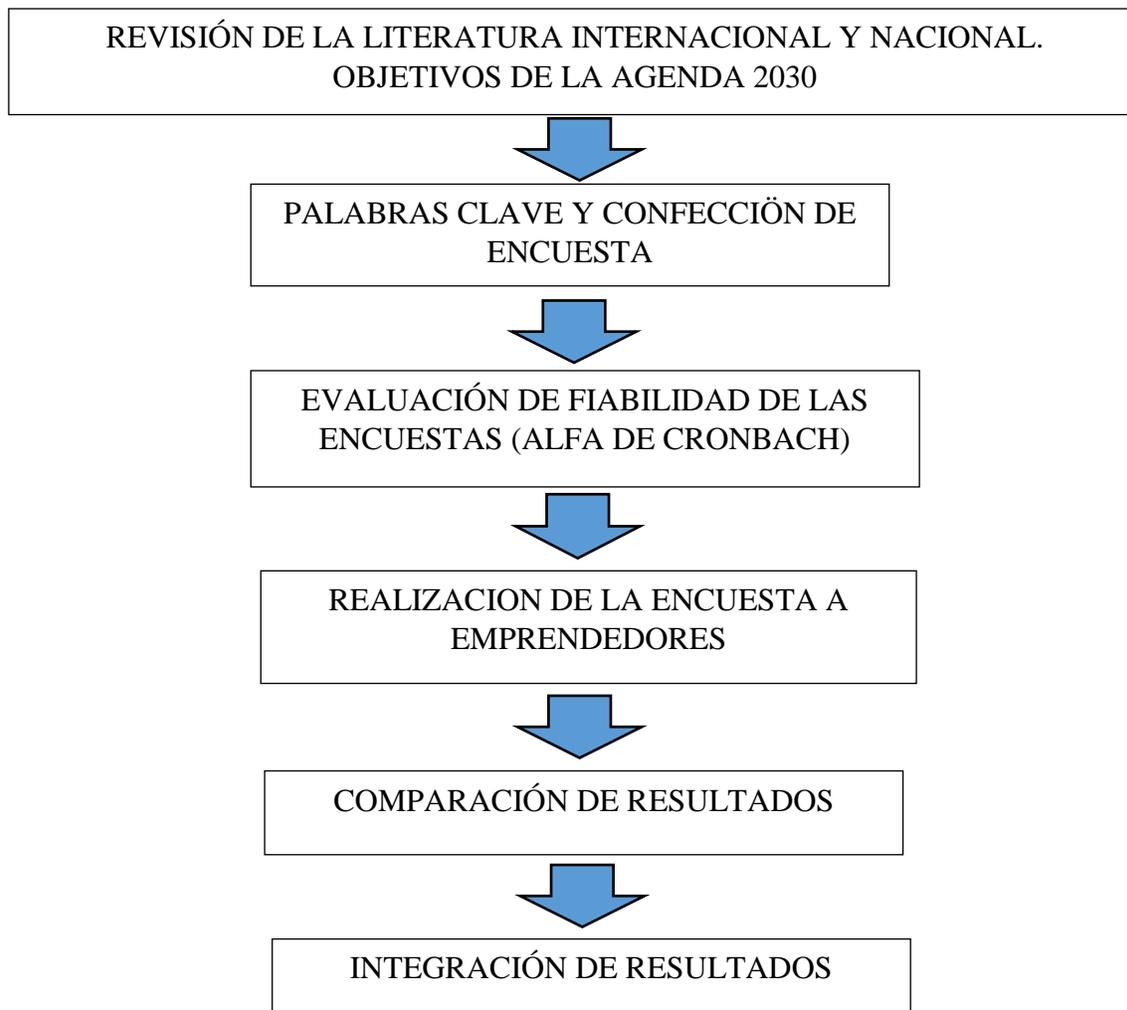


Figura 1. Sistematización de trabajo de diagnóstico del comercio local en los cantones

Fuente: elaboración propia

Marco teórico

Ecuador es un país que actualmente se encuentra en una etapa media de desarrollo, siendo todavía altamente dependiente de la explotación de recursos naturales no renovables, pero con grandes potencialidades de desarrollo, dada su riqueza natural y mega diversidad. En el momento actual, el mayor desafío para Ecuador es transformar su matriz productiva con un objetivo: depender menos de recursos naturales no renovables y más de productos con valor agregado y alto contenido en conocimiento.⁸

En 2017, los emprendedores de la generación del milenio superaban en número a los emprendedores en el rango de 35 a 64 años; los primeros, mayormente motivados por las oportunidades empresariales, mientras que en los segundos se suma con mayor relevancia la necesidad (autoempleo, insuficientes ingresos). Por otro lado, no aparece en los millenials de forma diferente la motivación de lograr mayor independencia, pero sí es superior la proporción de los motivados por alcanzar mayores ingresos.⁹ En cuanto al comportamiento de género, se aprecian algunas diferencias en cuanto a las motivaciones en la generación del milenio. Como sucede con los emprendedores en general, la proporción de mujeres que emprende motivada por necesidad es superior. No se evidencia diferencia de género entre los motivados por oportunidad, ni por incrementar sus ingresos. Sin embargo, es mayor la proporción de mujeres del milenio que emprende para una búsqueda de independencia.

El éxito de las empresas se basa en lograr una correcta definición sobre el/los objetivo(s) que persigue. Igualmente deberán evaluar tanto el grado de crecimiento y expansión como la generación de utilidades que les permitirán su permanencia en el mercado a través del tiempo. Para ello es necesario conocer el entorno en que la empresa surge y se desarrolla con la finalidad de identificar las oportunidades y amenazas, elaborando de esta manera las condiciones y estrategias para lograr el crecimiento. La estrategia para direccionar las compañías debe enfocarse entre otros elementos en prevenir más que reaccionar. Para lograr esta condición se necesita obtener un diagnóstico integral de la organización como sustento de los procesos que elevarán la capacidad de adaptación a los cambios.¹⁰

La visión del desarrollo económico local da prioridad a las microempresas y pequeñas empresas, dada la alta proporción que representan dentro de las empresas latinoamericanas, su presencia territorial dispersa en el interior de los países y su importancia para el empleo y la generación de renta. Todo lo anterior permite elaborar una política de innovación productiva y empresarial coherente con los objetivos de equidad social desde una perspectiva no exclusivamente asistencial.¹¹

Resultados y discusión

Sobre la categoría de los emprendimientos en los cantones Valencia, Ventanas, Mocache y Quevedo, el número total de emprendimientos registrados es 264. La distribución por categoría de los emprendimientos según se definió en la **Tabla 1**, en los cantones Valencia, Ventanas, Mocache y Quevedo se comportó de la manera siguiente: el 83,3% (220) tienen menos de 11 trabajadores, mientras que sólo el 4,5% (12) tienen más de 250 trabajadores. A continuación, se detalla un gráfico de barras mostrando estos resultados (**Figura 2**).

ANÁLISIS PERCEPTIVO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ALGUNOS CANTONES DE LA PROVINCIA LOS RÍOS, ECUADOR

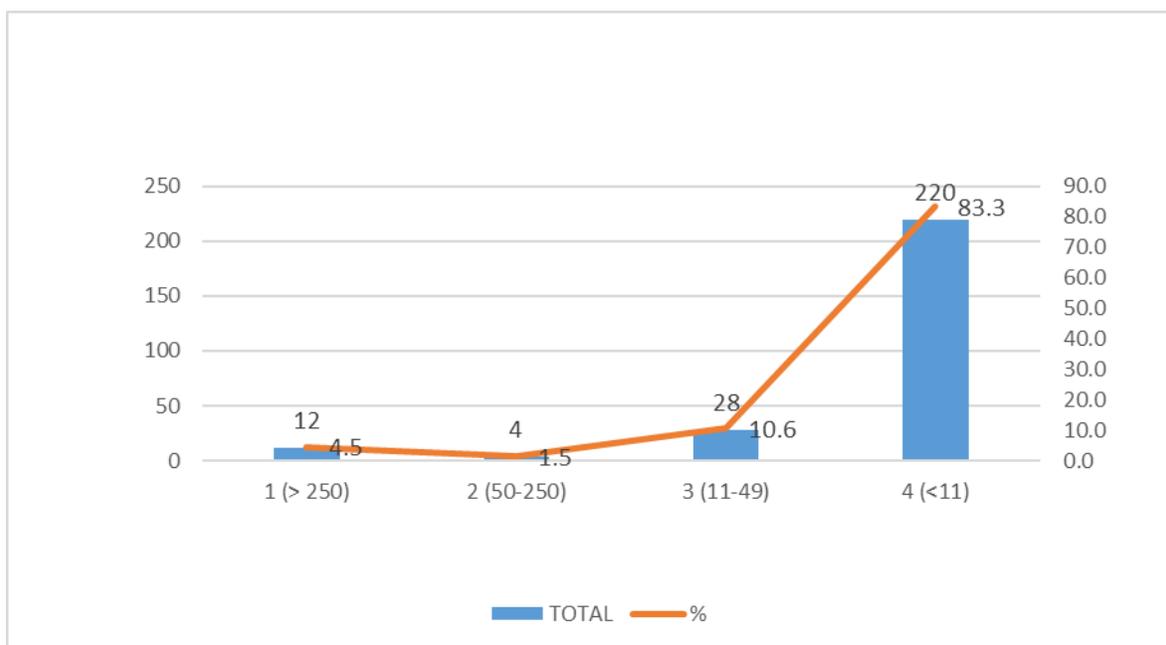


Figura 2. Cantidad total de emprendimientos y sus respectivos porcentajes en los cuatro cantones Valencia, Ventanas, Mocache y Quevedo

Fuente: elaboración propia

Los resultados anteriores indican que la base económica de los cuatro cantones de la provincia Los Ríos tiene un componente fuerte (más del 90%) en los micro y pequeños emprendimientos y de los cuales depende una gran parte de la población. Las vulnerabilidades de estos emprendimientos en Ecuador, y la provincia Los Ríos no es una excepción, radican en que tienen limitaciones en el número de ofertas para opciones de financiamiento en el país y las que están a su alcance presentan altas tasas de interés.⁸ Se resalta, además, que hay una falta general de incentivos para la creación de fondos de capital riesgo y redes de inversionistas ángeles para estos emprendimientos.

En un análisis más detallado se presenta la distribución por cantones de los emprendimientos, donde es posible apreciar que el cantón Quevedo aparece con el mayor número de emprendimientos (71) con menos de 11 trabajadores, siguiéndole muy cerca el cantón Valencia con 65. Quevedo también ostenta el mayor número de emprendimientos con más de 250 trabajadores (6), siguiéndole Mocache (5). La razón por la que el cantón Quevedo muestra el mayor número de micro empresas y empresas grandes es porque históricamente en dicho cantón se han asentado o establecido muchas empresas por las características geográficas existentes que favorecen la producción agrícola, lo que a su vez ha incentivado el crecimiento de la población y el comercio en la zona. Por tal motivo, Quevedo es considerado la capital económica de la provincia de Los Ríos. En la **Figura 3** se detalla en un gráfico de barras la distribución.

ANÁLISIS PERCEPTIVO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ALGUNOS CANTONES DE LA PROVINCIA LOS RÍOS, ECUADOR

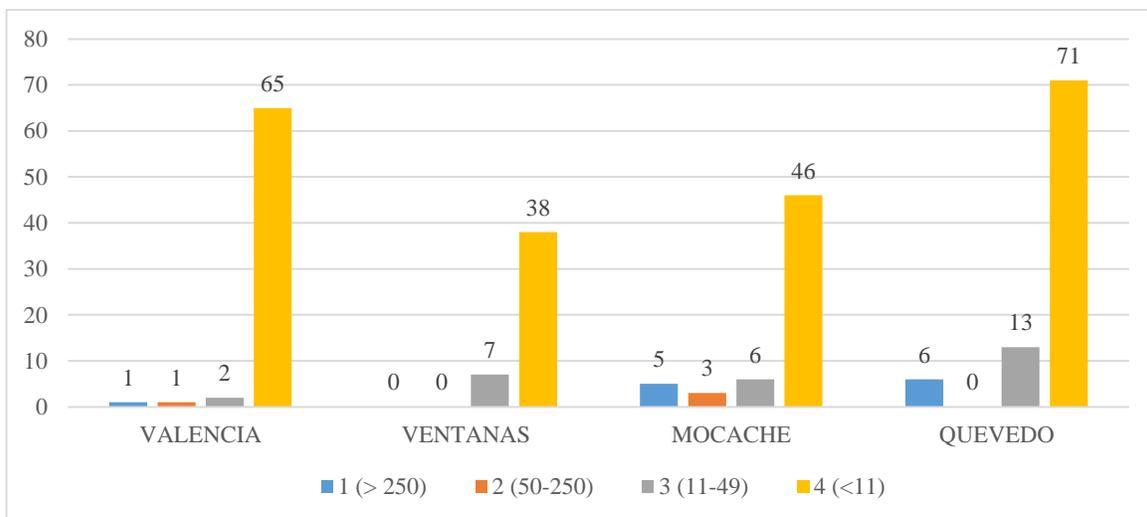


Figura 3. Distribución de los emprendimientos de acuerdo a su tamaño específicamente en los cantones Valencia, Ventanas, Mocache y Quevedo

Fuente: elaboración propia

Criterios acerca de las características de los emprendimientos

De manera rápida en una evaluación global que incluye los cuatro cantones, se puede percibir en el gráfico de barras que el criterio que mayor aceptación tiene es el relacionado con el servicio especial que brinda su emprendimiento respecto a lo que ofrecen sus competidores, el que alcanza un 93,2% para las categorías de Bueno y Muy Bueno. Por otra parte, el de menor calificación fue el que cuestiona la gestión del emprendimiento en el mercado, con un 81,4% para las categorías de Bueno y Muy Bueno. Resulta significativo que en todos los criterios encuestados la evaluación fue superior al 80%, lo que deja como impresión que los emprendimientos funcionan adecuadamente y las personas involucradas se sienten satisfechas con los resultados que obtienen (Ver **Figura 4**).

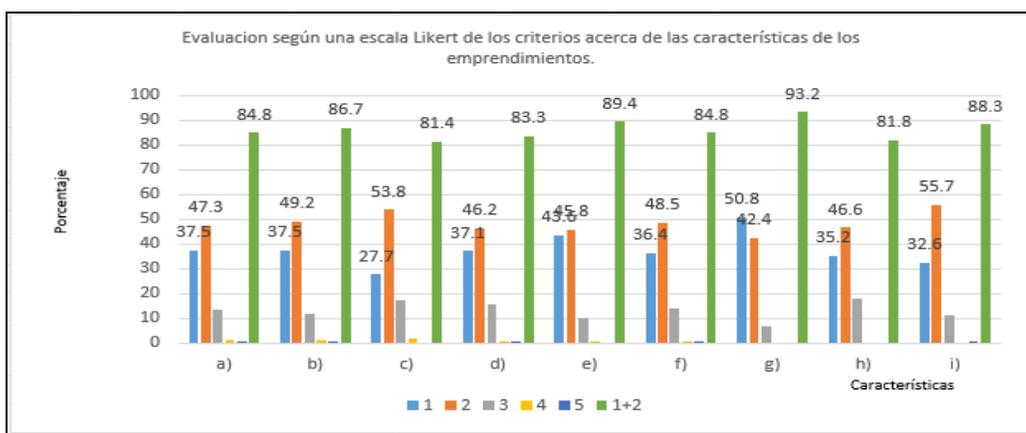


Figura 4. Evaluación según una escala Likert de los criterios acerca de las características de los emprendimientos

Fuente: elaboración propia

ANÁLISIS PERCEPTIVO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ALGUNOS CANTONES DE LA PROVINCIA LOS RÍOS, ECUADOR

Con mayor especificación se realiza el análisis de la encuesta resaltando las evaluaciones en cada uno de los criterios y las cantidades alcanzadas en cada uno de ellos. En cuanto al criterio de los encuestados sobre el éxito de los emprendimientos, se demostró que el 81% considera que es bueno o muy bueno, lo que puede aceptarse como satisfactorio. Una cantidad similar de encuestados se localizan entre 1 y 1,5 y entre 1,5 y 2. Coinciden 9 evaluaciones con el valor 2 y sólo una con el valor de 1. Es necesario señalar que la tasa de emprendimientos por necesidad en Ecuador es la más alta en Latinoamérica, superando a Perú y a Brasil,¹² lo que puede ser un reflejo del éxito que alcanzan los mismos. Los emprendimientos por necesidad son asumidos por mujeres en un 52,44%, mientras que, por oportunidad, sólo llegan a un 45,43%.¹³ La evaluación sobre la calidad de la clientela es algo superior al ítem anterior, con un porcentaje del 86% entre bueno y muy bueno. En este caso ningún valor coincide con 1 y 13 lo hacen con el valor 2. Se localizan mayor cantidad de valores entre 1,5 y 2 (73%) y un 27% con 1 y 1,5 los que responden a la pregunta: ¿Lo que ofrecemos a nuestros clientes es realmente lo que necesitan, anhelan, desean, o es lo que nosotros pensamos que les satisface? Hay que hacer un ejercicio de empatía, un estudio de realmente quiénes son los que pueden comprar y si lo que se les ofrece es lo que les satisface realmente y lo van a comprar.¹⁴ Los resultados de los ítems a) y b) se muestran en la **Figura 5**.

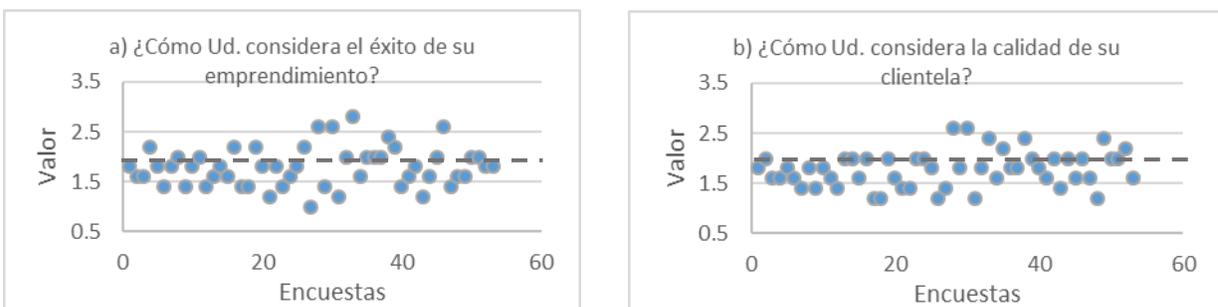


Figura 5. Evaluación de criterios de éxito de emprendimientos y calidad de la clientela

Fuente: elaboración propia

Los resultados de los ítems c) y d) se muestran en la **Figura 6**. Sobre la gestión en el mercado el porcentaje sufrió una reducción, alcanzando un 75% de encuestados con valores entre bueno y muy bueno. En este caso ningún valor coincide con 1 y 12 lo hacen con el valor 2. El 85% de los valores iguales o menores de 2 se localizan entre 1,5 y 2. El nivel de los emprendedores destacados es inferior al secundario,¹² lo que puede indicar el nivel de los que no se destacan. El éxito en los emprendimientos es un ejercicio de inteligente gestión financiera y cuidadosa planificación estratégica. Los emprendedores exitosos saben cómo gestionar cada dólar de que disponen,¹⁵ para lo que se requiere de preparación y experiencia. Sobre el apoyo que su negocio aporta a la solución de problemas en la población, un 84% opina que se enmarca entre bueno y muy bueno. Ningún valor coincide con 1, aunque dos de ellos están muy cercanos y 12 lo hacen con el valor 2. El 85% de los valores iguales o menores de 2 se localizan entre 1,5 y 2. Estos resultados se alinean con lo reportado en otro documento, que afirma que los emprendimientos en el Ecuador están dirigidos a generar: nuevas empresas con gran potencial de exportación, fuentes de empleo digno, mejores oportunidades para los ciudadanos y un crecimiento y desarrollo para el país.⁸ Estos alcances tienen sus matices, pero sin duda todos contribuyen de una u otra forma al logro de estos objetivos.

ANÁLISIS PERCEPTIVO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ALGUNOS CANTONES DE LA PROVINCIA LOS RÍOS, ECUADOR

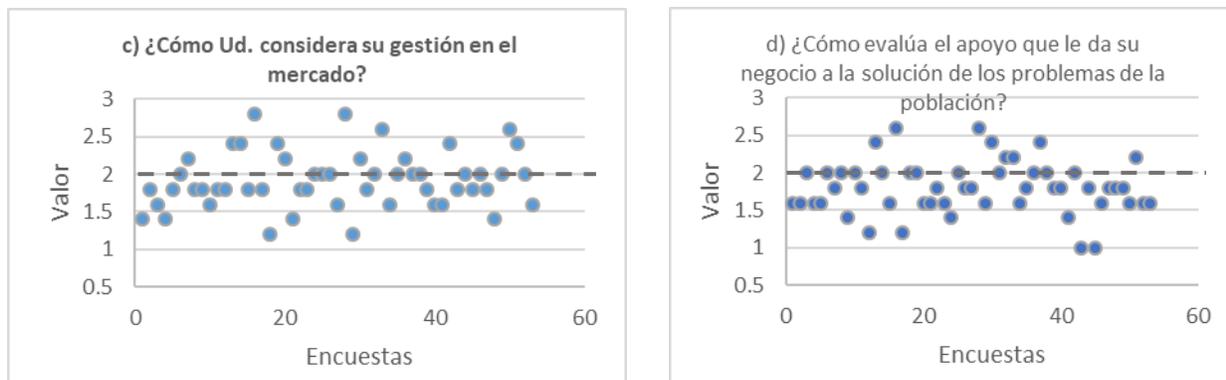


Figura 6. Evaluación de los criterios sobre la gestión en el mercado y el apoyo que el negocio brinda a la solución de los problemas de la población

Fuente: elaboración propia

La **Figura 7**, muestra los resultados de los ítems e) y f). La evaluación de la promoción para conseguir clientes se presenta con muy buenos resultados, pues el 94% de los encuestados la evalúa entre bueno y muy bueno. Una alta proporción se sitúa entre 1,5 y 2 (70%), coincidiendo uno de los valores con 1. Investigaciones desarrolladas en Guayaquil concluyen que es importante la aplicación de un Marketing de Atracción en las empresas pequeñas y medianas en el Ecuador, lo que coincide con que en la actualidad las empresas ecuatorianas impulsan más las estrategias de marketing con el fin de atraer a nuevos clientes, pero no con esto descuidan a sus clientes anteriores, ya que sondean el antecedente de éxito y mantienen un control para mantener la satisfacción.¹⁶ Por otra parte, y en esta misma dirección: “el marketing digital se ha posicionado hoy en día como el nuevo rumbo para el desarrollo de las estrategias empresariales en el contexto de la globalización, articulado a los avances del mercado de las comunicaciones y la tecnología,¹⁷ y esta nueva herramienta ha permitido alcanzar mercados que con las herramientas del marketing tradicional no se había alcanzado.¹⁸

Acerca de la posición de su negocio en relación con la competencia el 81% lo evalúa entre bueno y muy bueno. Un valor coincide con 1 y un 77% se posiciona entre 1,5 y 2

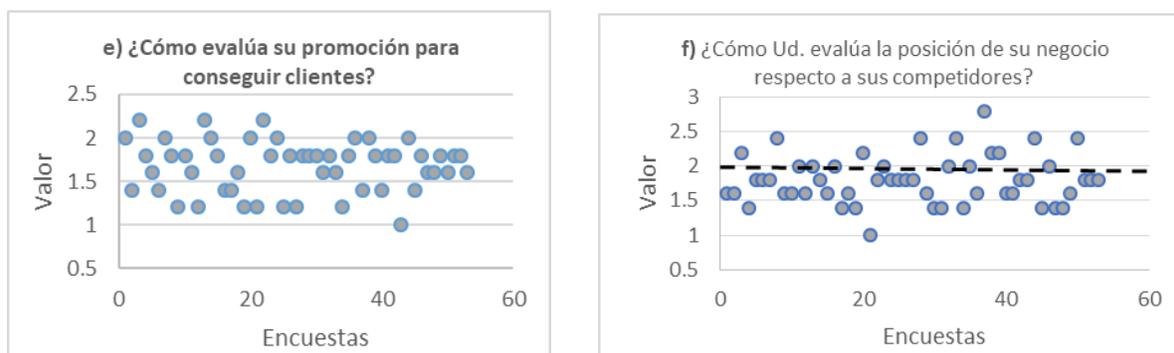


Figura 7. Evaluación de los criterios sobre la promoción para conseguir clientes y la posición del negocio respecto a sus competidores

Fuente: elaboración propia

ANÁLISIS PERCEPTIVO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ALGUNOS CANTONES DE LA PROVINCIA LOS RÍOS, ECUADOR

La **Figura 8** representa los resultados de los ítems g) y h). Sobre el valor que representa el servicio especial que brinda su emprendimiento en relación con la competencia, se encontró que el 92% lo evalúa entre bueno y muy bueno. Coinciden con 1 tres de los encuestados y el 48% de los valores menores o iguales a 2 se posicionan entre 1,5 y 2. En la evaluación de la preparación para enfrentar riesgos económicos, un 71% la evalúa entre bueno y muy bueno. Una de las evaluaciones coincide con 1 y para los valores iguales o menores a 2, el 50% de las encuestas se colocan entre 1,5 y 2. Uno de los resultados más bajos es el que alcanza este rubro. La tolerancia y actitudes positivas hacia el riesgo predicen la formación de intenciones emprendedoras,^{19,20} lo que se logra cuando existe la preparación suficiente, y surge la disposición del sujeto a comprometerse con oportunidades de riesgo.¹⁵

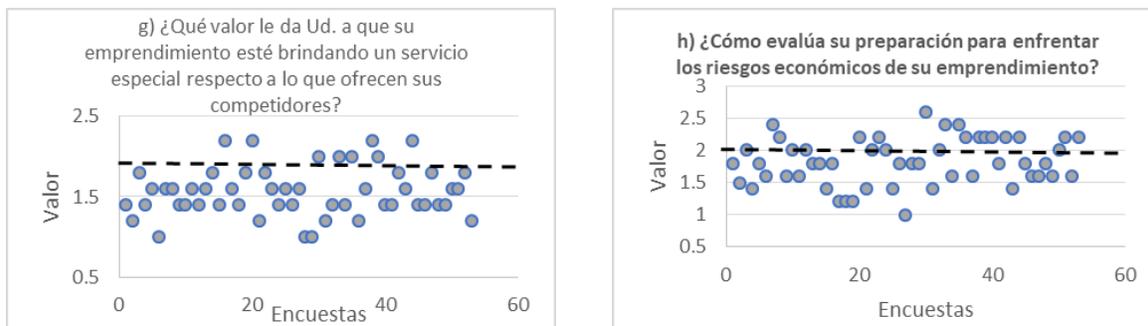


Figura 8. Evaluación de los criterios sobre el valor que como servicio especial que brinda su negocio respecto a la competencia y la preparación para enfrentar riesgos económicos

Fuente: elaboración propia

En la evaluación de la respuesta a los impactos, un 88% la evalúa entre bueno y muy bueno (**Figura 9**). Dos de las evaluaciones coincide con 1 y para los valores iguales o menores a 2 el 86% de las encuestas se colocan entre 1,5 y 2. Resulta alta la percepción en este rubro, teniendo en consideración que para enfrentar emergencias en los emprendimientos es necesario contar con la preparación profesional y experiencia laboral suficientes, de las principales competencias que debe poseer un individuo al momento de emprender,¹⁵ lo que contradice los resultados acerca del nivel que exhiben los emprendedores en estos cantones.

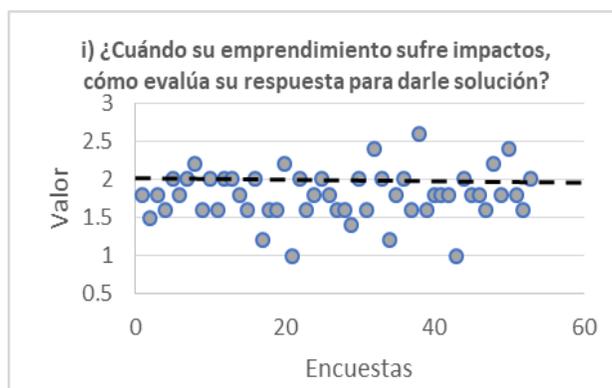


Figura 9. Evaluación de la respuesta para darle solución a los impactos del negocio

Fuente: elaboración propia

ANÁLISIS PERCEPTIVO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ALGUNOS CANTONES DE LA PROVINCIA LOS RÍOS, ECUADOR

Los mejores resultados se encontraron en la pregunta acerca de la promoción para conseguir clientes con un 94% de resultados entre 1 y 2; le sigue el valor especial que brinda el emprendimiento en relación con la competencia con un 92%. Los resultados menos favorables fueron los alcanzados en la evaluación de la preparación para enfrentar riesgos económicos, con un 71%, le sigue la gestión en el mercado, con un porcentaje del 75%.

En el análisis específico por cantón se obtuvo que el Mocache siempre se situó con resultados superiores al promedio general o coincidente en sólo tres casos (**Figura 10**). Lo siguen Quevedo, Ventanas y Valencia, en ese orden. La mayor coincidencia en los criterios fue en: ¿Cómo evalúa su promoción para conseguir clientes?; ¿Cuándo sucede un impacto negativo sobre su emprendimiento, ¿cómo evalúa su respuesta para darle solución? y en ¿Cómo Ud. evalúa la posición de su negocio respecto a sus competidores? Los resultados generales promedio se mantuvieron superiores al 80%, con el mejor valor para: ¿Qué valor le da Ud. a que su emprendimiento esté brindando un servicio especial respecto a lo que ofrecen sus competidores?

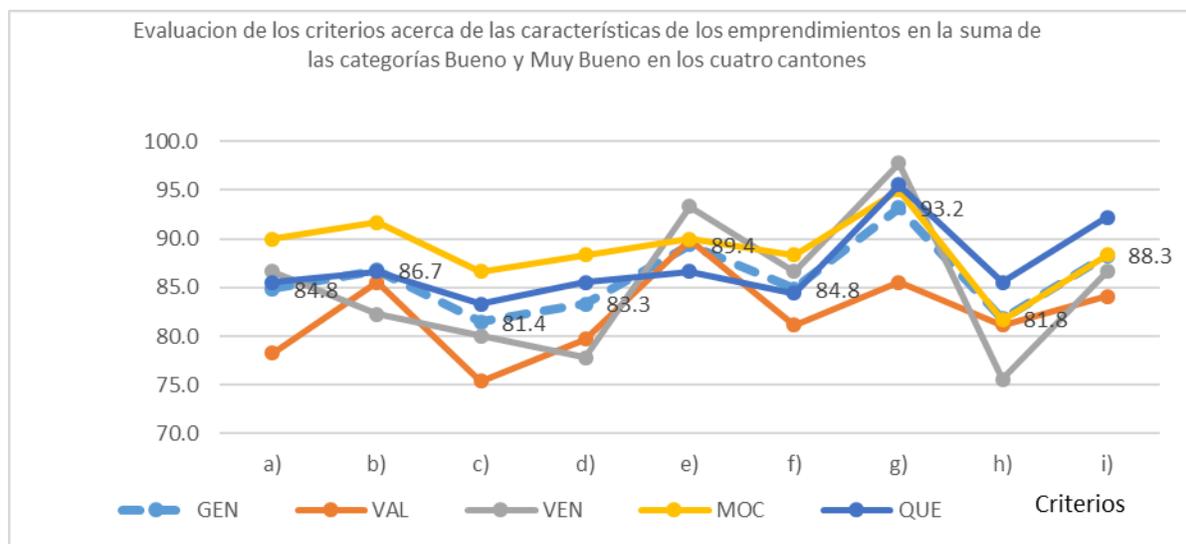


Figura 10. Evaluación de los criterios acerca de los emprendimientos en la suma de las categorías Bueno y Muy Bueno en los cuatro cantones

Fuente: elaboración propia

Conclusiones

Los emprendimientos que son asumidos por las mujeres por necesidad superan a los que asumen por oportunidad, lo que puede ser un indicador de su baja preparación empresarial.

La gestión en el mercado alcanza el más bajo valor, lo cual refleja la poca preparación de las personas al frente de los emprendimientos.

Hay un buen consenso del aporte que tienen los emprendimientos, lo que se puede traducir en la empleabilidad alcanzada y en seguridad ciudadana.

ANÁLISIS PERCEPTIVO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ALGUNOS CANTONES DE LA PROVINCIA LOS RÍOS, ECUADOR

Existe una alta aceptación del efecto de la promoción de los emprendimientos, reflejado por el alto valor que alcanza la evaluación en este rubro.

Son varios criterios los que indican la necesidad de priorizar la preparación profesional de los emprendedores para elevar la eficiencia de su gestión comercial.

Recomendaciones

Establecer programas de preparación profesional entre la universidad y los gobiernos locales para fomentar y elevar la eficiencia de los emprendimientos, en especial, los considerados como MIPYME.

Crear las medidas para la instauración de seguros ante los impactos económicos y naturales para proteger a los emprendimientos.

Referencias bibliográficas

1. United Nations. Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. Resolution 70/1 Adopted by the United Nations General Assembly on 25 September; 2015. [consultado 17 octubre 2019]; Disponible en: <https://www.sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>.
2. Orduna A. La educación para el desarrollo local. Una estrategia para la participación social. EUNSA, NAVARRA; 2000.
3. Bridgford J, Carls K. Social dialogue: A manual for trade union education. International Training of the International Labour Organization; 2012.
4. Khambule I, Gerwel C. Exploring the role of social dialogue in local economic development: A case of a South African Local Economic Development Agency. Journal, Progress in Development Studies. 2019;(1): 19-39.
5. González A. La universidad como factor de desarrollo local sustentable. Ra Ximhai. 2013;9(1):65-78.
6. García G. La enseñanza superior europea en el siglo XX. En: Laspalas Pérez. J. (1999): Historia y teoría de la educación. EUNSA; 1999.
7. Boisier S. El desarrollo en su lugar cap. 2: Desarrollo local: ¿de qué estamos hablando? Instituto de Geografía, Pontificia Universidad Católica de Chile, Serie GEOLIBROS, 2001, Santiago de Chile; 2001.
8. Alianza para el Emprendimiento e Innovación. Ecuador, un país emprendedor e innovador en el 2020. Estrategia para desarrollar un Ecosistema de Emprendimiento e Innovación; 2014.
9. GEM Ecuador. Global Entrepreneurship Research Association. London Business School, Regents Park, London NW1 4SA, UK; 2017.
10. Downes E. La excelencia en el servicio. Conozca y comprenda a sus clientes; 2007; p. 34-65.
11. Aghon G. Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo. Proyecto Regional de Desarrollo Económico Local y Descentralización CEPAL/GTZ. Santiago de Chile; 2001.

ANÁLISIS PERCEPTIVO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ALGUNOS CANTONES DE LA PROVINCIA LOS RÍOS, ECUADOR

12. Chávez K, Jaime E. El emprendimiento de las mujeres en el Ecuador, ¿Una necesidad o una oportunidad? XVI Encuentro y IV Congreso Internacional RED MOTIVA: El Emprendimiento como pilar en El Crecimiento Económico. Universidad de Guayaquil; 2015.
13. Jaime E. El emprendimiento en Ecuador. Visión y perspectivas. II Congreso Científico Internacional "Sociedad del conocimiento: retos y perspectivas". Universidad ECOTEC; 2017.
14. FeelQuality. La cultura del cliente. 5 claves. FeelQuality | Abr 5; 2016. [consultado 2 noviembre 2021]; Disponible en: <http://www.feelquality.es/la-cultura-del-cliente/> .
15. Poveda T, Parra C. The entrepreneurship of the young population in the Ecuadorian context, showing from the approach of the science, technology and society. III Congreso Científico Internacional UNIANDES. Universidad Regional Autónoma de los Andes "UNIANDES", Ecuador; 2015.
16. Salas L, Acosta M, Jiménez M. Importancia del Marketing de Atracción 2.0, en las Pequeñas y Medianas Empresas de la ciudad de Guayaquil (Ecuador). Espacios, 2018;39 (18): 31.
17. Echeverri LM. La digitalización del marketing. Obtenido de Revista TEXTOS de la CiberSociedad; 2007. [consultado 5 octubre 2021]; Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/textos/articulo.php?art=115>.
18. Martínez N. Principales efectos de la publicidad en redes sociales a nivel cognitivo afectivo. Guayaquil. UG; 2017.
19. Sanabria N, Baquero A. Competence, Company and Entrepreneurship. School of Business Administration, 2004;(52).
20. Sánchez JC. Aprendizaje social e intenciones emprendedoras: un estudio comparativo entre México Portugal y España. Revista Latinoamericana de Psicología. 2009; (41):109-119.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

Contribución de los autores

- Manuel Francisco Morales Haz: Investigación, metodología, escritura original, análisis.
- Laura Eugenia Tachong Alencastro: Investigación, metodología y análisis.
- Mario Herrera Soler: Supervisión, validación, visualización, revisión y edición.