

Factores que inciden en los ciclos de los emprendimientos a nivel local.

Factors influencing local venture cycles

Cesia Carlota Menéndez-Barrezueta¹
Pontificia Universidad Católica del Ecuador - Ecuador
cmenendez81@hotmail.com

Oscar Iván Cerón-Tatac²
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí -
Ecuador
oceron@puce.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2022.4-2.1326

V7-N4-2 (ago) 2022, pp. 543-562 | Recibido: 10 de agosto de 2022 - Aceptado: 19 de agosto de 2022 (2 ronda rev.)
Edición especial

1 Maestrante en Administración de Empresas con mención en calidad y productividad - PUCE Sede Manabí
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6185-0939>

2 Doctorando en Administración de Empresas. Docente Investigador de la carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Sede Manabí
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8601-7273>

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

La actividad emprendedora en Ecuador se ha destacado notoriamente en los últimos años, tanto en la zona urbana como en la rural, realizada por hombres y mujeres de diversas edades y formación académica, en diversos sectores productivos; lo cual denota la contribución al desarrollo socioeconómico de los emprendimientos locales.

En este contexto el objetivo de estudio consistió en analizar los factores que inciden en los ciclos de los emprendimientos ecuatorianos, a partir de la revisión documental del informe de la encuesta Global Entrepreneurship Monitor 2020 y de la aplicación de la entrevista a expertos emprendedores locales; teniendo como resultados la identificación de 9 factores en la revisión de literatura como es, el financiamiento para emprendedores; las políticas gubernamentales; los programas gubernamentales; la educación en emprendimiento; la transferencia de investigación más desarrollo; la infraestructura comercial y legal; el mercado interno; la infraestructura física y las normas sociales y culturales; así también los factores de la motivación, las asesorías profesionales, la capacidad de adaptarse, la idea de negocio; el ecosistema en que se desarrolla; la capacidad de innovación; el capital humano; la inversión inicial; el músculo financiero; el marketing y el posicionamiento del producto.

Se concluye en la existencia de varios factores que influyen en las fases del emprendimiento, siendo muy importante la capacidad de adaptarse o resiliencia emprendedora, que surge cuando se ha puesto en marcha el emprendimiento y comienzan a presentarse los altibajos que requieren una toma de acciones inmediatas para mantener el negocio operativo.

Palabras clave: actividad emprendedora; ecosistema de emprendimiento; emprendedor; motivación; innovación

ABSTRACT

Entrepreneurial activity in Ecuador has stood out notoriously in recent years, both in urban and rural areas, carried out by men and women of different ages and academic backgrounds, in various productive sectors, which denotes the contribution to the socioeconomic development of local entrepreneurship.

In this context, the objective of the study consisted of analyzing the factors that influence the cycles of Ecuadorian entrepreneurship, based on the documentary review of the report of the Global Entrepreneurship Monitor 2020 survey and the application of the interview to local entrepreneurial experts; having as results the identification of 9 factors in the literature review such as: financing for entrepreneurs; government policies; government programs; education in entrepreneurship; transfer of research and development; commercial and legal infrastructure; internal market; physical infrastructure and social and cultural norms; as well as the factors of motivation, professional advice, the ability to adapt, the business idea; the ecosystem in which it is developed; innovation capacity; human capital; initial investment; financial muscle; marketing and product positioning.

It is concluded that there are several factors that influence the phases of entrepreneurship, being very important the ability to adapt or entrepreneurial resilience, which arises when the venture has been launched and the ups and downs that require immediate action to keep the business operational begin to appear.

Key words: entrepreneurial activity, entrepreneurship ecosystem, entrepreneur, motivation, innovation

Introducción

La real academia española define emprender como: “Del latín, en, y prenderé, coger. Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro” (Diccionario de la Lengua Española, 2007).

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. El observó que: La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc. (Castillo, 2009).

El emprendimiento es un elemento crítico en el crecimiento, especialmente en países en desarrollo como es el caso de Ecuador, donde contribuye al fortalecimiento de las cadenas de valor. En consecuencia, es de vital importancia entender cómo se desarrollan los negocios, cuáles son los cambios que enfrentan, las características de su entorno, y su relación con las motivaciones y percepciones de los emprendedores.

En febrero de 2020 entró en vigor la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, la cual fue presentada en 2019 como Proyecto de Ley ante la Asamblea Nacional. Un esfuerzo liderado por la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI), donde uno de los insumos principales fue el criterio de varios actores del ecosistema nacional de emprendimiento.

Ecuador tiene una alta cultura de emprendimiento a nivel local; uno de cada tres ecuatorianos, es emprendedor, más que en el resto de los países de América Latina; sin embargo, el 90% de los emprendimientos, no llega a los tres años. ¿Qué es lo que sucede? Las ganas de trabajar no faltan. Existen circunstancias político-económicas que influyen, pero no son determinantes.

El fracaso en los emprendimientos puede ser caracterizado de múltiples formas porque existen factores endógenos y exógenos que se desencadenan en efectos negativos que lleven a un negocio, más aún cuando un emprendimiento es naciente. Se puede determinar que una empresa u organización ha fracasado cuando se declara en quiebra o está en suspensión de pagos (Mures y García, 2004). Aunque el fracaso empresarial ha sido uno de los problemas más graves que la economía mundial ha venido atravesando, no se ha elaborado una teoría base en la cual se pueda fundamentar los estudios empíricos (Terreno et al., 2017).

Sin embargo, según datos del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que tiene como propósito estudiar la relación entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico (Tovar et al., 2018), desde la perspectiva del emprendedor se pueden determinar los factores y las fuentes de información utilizadas para aproximar el fenómeno del éxito o del fracaso emprendedor (Fuentelsaz & y González, 2015).

No hay una fórmula exacta para tener un emprendimiento exitoso. Sin embargo, analizando algunas estrategias para emprendimientos los resultados podrían ser diferentes. Al respecto, Schumpeter (1966) plantea que actuar con confianza más allá del horizonte de lo conocido y vencer la resistencia del medio requiere aptitudes que solo están presentes en una pequeña fracción de la población y que definen tanto el tipo como la función del emprendedor.

La Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI) inició un trabajo estructurado de análisis del ecosistema para identificar los desafíos que se deben superar para convertir al Ecuador en uno de los países más atractivos para emprender en el 2020.

Diana Rivenburgh en su libro, *The New Corporate Facts of Life* (citada por Zwilling, 2013) señala algunos factores que inciden en el mundo del emprendimiento tales como: la innovación disruptiva; inestabilidad económica; agitación social; cambios en los depositarios del poder; degradación ambiental;

globalización; cambios demográficos. De acuerdo con los indicadores de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI 2009-2011), cuyo estudio fue realizado por el Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INEC) y la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), otro factor que se debe fortalecer es la inversión en investigación y desarrollo, ya que el porcentaje de inversión en I+D ha sido solo del 0,35%.

Por su parte, el informe del GEM (2020) establece 9 factores o condiciones que influyen en los emprendedores y se describen en la tabla 1 siguiente:

Tabla 1

Factores que influyen en el emprendimiento

| No. | Factor | Descripción |
|-----|-----------------------------------|---|
| 1 | Financiamiento para emprendedores | La disponibilidad de recursos financieros (capital y deuda) para pequeñas y medianas empresas (PYMES) (incluidas subvenciones y subsidios). |
| 2 | Políticas gubernamentales | La medida en que las políticas públicas apoyan el emprendimiento. Tiene dos componentes: a) El espíritu empresarial como un tema económico relevante y b) Los impuestos o las regulaciones fomentan la creación y crecimiento de empresas nuevas. |
| 3 | Programas gubernamentales | La presencia y la calidad de los programas que ayudan directamente a las PYMES en todos los niveles de gobierno (nacional, regional, municipal). |
| 4 | Educación en emprendimiento | La medida en que la capacitación para crear o administrar PYMES se incorpora al sistema de educación y capacitación en todos los niveles. Tiene dos componentes: a) Educación en emprendimiento en la escuela básica (primaria y secundaria) y b) Educación en emprendimiento en los niveles postsecundarios (educación superior como vocacional, universitaria, escuelas de negocios, etc.). |
| 5 | Transferencia de I + D | La medida en que la investigación y el desarrollo nacionales generarán nuevas oportunidades comerciales y estarán disponibles para las PYMES. |
| 6 | Infraestructura comercial y legal | La presencia de derechos de propiedad, servicios comerciales, contables y de asesoramiento legal que apoyan o promueven a las PYMES. |

| | | |
|---|------------------------------|---|
| 7 | Mercado interno | Contiene dos componentes: a) Dinámica del mercado: el nivel de cambio en los mercados de un año a otro, y b) Apertura del mercado: la medida en que las nuevas empresas son libres de ingresar a los mercados existentes. |
| 8 | Infraestructura física | Facilidad de acceso a recursos físicos (comunicación, servicios públicos, transporte, tierra o espacio) a un precio que no discrimina a las PYMES. |
| 9 | Normas sociales y culturales | La medida en que las normas sociales y culturales fomentan o permiten acciones que conducen a nuevos métodos o actividades comerciales que potencialmente pueden aumentar la riqueza y los ingresos personales |

Nota. Elaboración propia. Tomado de (Lasio et al., (2020).

La investigación muestra los temas de estudio más relevantes, obtenidos de la revisión bibliográfica, en la que se hace un análisis crítico en el campo teórico del ecosistema emprendedor, el cual permite examinar los factores que inciden en los ciclos de los emprendimientos a nivel local, sujetos a un planteamiento técnico que puede ser utilizado por los emprendedores para generar estrategias de solución y mecanismos de sostenibilidad empresarial.

Revisión de literatura

En este apartado se realiza una revisión de la literatura sobre el objeto de estudio, el emprendimiento y lo que implica como el emprendedor. Así, se denotan algunas contribuciones o referentes teóricos como *Joseph Alois Schumpeter* y los clásicos como *Richard Cantillon, Jean-Baptiste Say, Adam Smith, Johan Henry von Thunen y Hans Karl Emil von Mangoldt*.

La contribución de Schumpeter

Schumpeter y su teoría del ciclo económico es uno de los referentes teóricos en los que se fundamenta este trabajo, así:

El ciclo económico consiste en fluctuaciones de frecuencia periódica, de manera tal que los indicadores temporales correspondientes al mismo grafiquen una forma sinusoidal. La revisión empírica no ha podido verificar uniformidad en la amplitud de los momentos señalados ni tampoco de los niveles

donde se produce la crisis (Jeannot, 2002).

La teoría de Schumpeter del ciclo económico comprende 7 partes esenciales, que se resumen a continuación:

1) No se presentarían fluctuaciones económicas si la economía y las empresas estuvieran situados en un medio estático o estacionario.

2) Cuando se habla de una explicación realista del ciclo económico, ésta no proviene de añadir a condiciones estáticas los movimientos (incrementos o decrementos) de algún componente básico, sino que éstos se presentan a partir de elementos cualitativos, que provocan los movimientos extraordinarios mencionados.

3) Las guerras o conflictos son hechos extraordinarios, las fluctuaciones se producen en casos Joseph Schumpeter y su influencia en la economía del cambio tecnológico distintos a los que representan los efectos de tales hechos.

4) De acuerdo con lo propuesto por Juglar, lo que causa la depresión es la prosperidad (el crash que sigue al boom), en el sentido que una puede explicarse en función de la otra ya que existieron elementos causales de vinculación entre la fase expansiva y la depresiva o viceversa.

5) Como explicación esencial del apartado anterior, los auges están motivados por los procesos de innovación que llevan a cabo los empresarios schumpeterianos, y no cualquier hombre de negocios, la innovación no puede consistir en un cambio marginal.

6) Las innovaciones no presentan continuidad en el tiempo y el espacio. Por ello, el crecimiento económico se produce a través de fluctuaciones con procesos discontinuos del mismo carácter.

7) La imitación viene después de la innovación en la medida en que el medio donde se desarrolla es susceptible de cambio y transformación; esto es, permitirá repeticiones continuas que generalizan la ventaja competitiva” (Jeannot, 2002).

En correspondencia con su teoría, Schumpeter resalta el concepto de empresario innovador e innovación como factores clave de su teoría, esta innovación propositiva tiene un aspecto cualitativo que difiere del enfoque cuantitativo del crecimiento económico, pues busca mejores técnicas con el objetivo de incrementar ganancias (Groenewegen, 2003) y dentro del cual puede surgir la destrucción creativa ejercida por los competidores, que la define como “el fenómeno mediante el cual se transforman las innovaciones dentro del proceso de competencia empresarial” (Bazdresch & y Meza, 2010).

La evolución a la que Schumpeter hace referencia se manifiesta en la organización de la producción y la apertura a nuevos mercados. Mediante estas técnicas de “innovación”, las estructuras económicas desechan lo antiguo, lo “viejo”, y crean nuevas técnicas y productos. Es, por un lado, un proceso de destrucción, pues se introducen innovaciones que quienes no sean capaces de adaptar serán eliminados del mercado y, por otro lado, conlleva a la creación de nuevos beneficios en los esquemas productivos de la economía. El empresario es el agente principal del desarrollo económico (Arteaga, 2013).

Es Schumpeter quien coloca al “*entrepreneur*” en un lugar de la producción y el desarrollo y crecimiento económico al calificarlo de protagonista principal; expresa abiertamente la modificación del concepto de empresario por “todo aquel individuo que imita, adapta o modifica alguna innovación existente” (Carrasco & y Castano, 2008), considerándolo además como el principal promotor de las empresas capitalistas, “un agente innovador que rompe el equilibrio empresarial gracias al proceso de innovación, que genera las rentas extraordinarias; es decir que son los agentes que alteran los equilibrios en las economías basadas en la oferta y la demanda” (Portilla, 2010).

El aporte de Schumpeter a la definición de emprendedor se atiene a una persona extraordinaria que promueve nuevas combinaciones o innovaciones, no obstante, sus actividades generan inestabilidades en

los mercados; persona con idea de negocio, el innovador, el que pone las ideas en movimiento, haciéndolas poderosas y potencialmente rentables (González, 2011); individuo iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades; no es un inventor, aunque puede explotar una invención; tampoco es un capitalista (quien presta fondos al emprendedor), más sí asigna recursos, toma decisiones y organiza innovadoramente la actividad económica; innova mediante la introducción de nuevos productos o la mejora de productos existentes, con la introducción de nuevos métodos de producción, la apertura de un nuevo mercado, el acceso a una nueva fuente de abastecimiento para materias o productos semielaborados, e incluso mediante la creación de nuevas formas de organización o estructuración de la actividad económica, incluyendo la organización de un monopolio (Merchán, 2022).

Aunque Schumpeter no desarrolla propiamente una teoría sobre el emprendimiento, introduce un elemento importante como es la innovación, la cual involucra algo más que creatividad o invención; de esta forma se crea la diferenciación entre el emprendedor, el inventor y el capitalista, el emprendedor como alguien innovador más que inventor y que quien financia el proyecto (Herrera & y Montoya, 2013).

La contribución de los referentes clásicos

Entre los clásicos que trataron el tema de los emprendimientos y definieron al emprendedor, sus características y roles, se cuenta a Richard Cantillon (1680-1734), Jean-Baptiste Say (1767-1832), Adam Smith (1723-1790), J. H. Von Thunen (1783-1850), H. K. Von Mangoldt (1824- 1868).

Para Cantillon, el emprendedor es la persona que toma la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto (Nueno, 2009); persona que toma el riesgo de comprar a determinados precios y la venta en precios inciertos (Stevenson & y Jarillo, 1990); persona que compra los medios de producción a un precio, los mezcla y vende a otro precio no

previsible cuando combina los factores (Gámez, 2008). Describió también al emprendimiento como la voluntad de los individuos de desarrollar formas de intermediación que implican el riesgo económico de una nueva empresa (Campuzano & y Cedillo, 2019).

Baptiste lo define como el protagonista del desarrollo económico en la actividad en general (Stevenson y Jarillo, 1990); agente productivo que compra servicios de los demás agentes, los combina en el proceso productivo para generar productos que tengan valor superior a la suma de los servicios utilizados (Gámez, 2008); individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad (Formichella, 2004). Es el agente que reúne y combina los medios de producción (recursos naturales y recursos financieros) para constituir un ente productivo, y encuentra en el valor recibido de los productos la recuperación del capital que emplea y la utilidad que busca (Varela, 2001).

Smith lo identifica como *business management* para hacer referencia a las “fuerzas externas” (Formichella, 2004), como un trabajador superior e innovador (Rodríguez & y Jiménez, 2005).

Von Thunen lo califica como la persona que toma decisiones sobre la base de lo complicado del riesgo, y el ingenio usado; toma el riesgo, es sumamente inteligente (Rodríguez y Jiménez, 2005).

Von Mangoldt lo entiende como la renta de la capacidad o el talento (Valdaliso & y López, 2000) y también como innovador (Rodríguez y Jiménez, 2005).

Entre las características del emprendedor figuran asumir el riesgo, es sumamente inteligente; no posee un retorno seguro, asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado. Es un trabajador superior que toma el riesgo; el beneficio representa un premio por la asunción de riesgos. Es innovador, toma el riesgo, es sumamente inteligente (Valdaliso & y

López, 2000); (Formichella, 2004); (Rodríguez & Jiménez, 2005).

Otras contribuciones actuales

Lasio et al. (2020), en la encuesta global de emprendimiento conocida como Global Entrepreneurship Monitor (GEM) conciben al emprendimiento como un proceso continuo, por cuyas fases pasa un individuo según el grado de madurez de su negocio.

Autores como Herrera y Montoya (2013), definen al emprendedor como aquel que, mediante un proceso, y teniendo en cuenta los factores endógenos (cualidades, habilidades, conocimiento, experiencia, formación, entre otros) y exógenos (las mutaciones del entorno), lleva a cabo un proyecto, bien sea económico, social, político, ambiental, etcétera.

Alonso y Fracchia (2009), refieren “lo que define a un emprendedor es su vocación por la realización de nuevas combinaciones. Es irrelevante por tanto el tamaño de la empresa que maneja, como así también la clase social a la cual pertenezca”. Lo único que importa es que cumpla esa función especial (Alonso, 2011).

Para Castillo (2009) crear una empresa no es suficiente para ser considerado emprendedor. La obsesión por la oportunidad, la meta de crear y distribuir riqueza, y la constante búsqueda del crecimiento son las bases del emprendimiento fundadas por un líder que se lo conoce como emprendedor.

Goss (2005), define al emprendedor es un ser que encuentra importantes motivaciones derivadas de la elevada energía emocional de la no rutina y de la realización de actividades innovadoras, mientras que la gente normal encuentra confort en la baja energía emocional de la rutina de la conformidad y la aversión al riesgo.

Según Sparano (2014) el emprendimiento es “un proceso que, con el transcurso del tiempo, ha venido causando en América latina un impacto positivo en la creación de empresas, fenómeno que coadyuva a la generación de empleos,

mejorando su eficiencia en la productividad y lograr un nivel de competitividad en mercados nacionales e internacionales”. El líder que lo lleva a efecto es conocido como emprendedor y poseedor de múltiples cualidades sentadas en la motivación personal que tiene para desarrollar sus aspiraciones personales y sociales.

Tipologías del emprendimiento o actividad emprendedora

Para el GEM, al emprendimiento se le puede categorizar en seis tipos:

Potencial: Percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses

Intencional: Espera iniciar un nuevo negocio dentro de los próximos 3 años.

Naciente: Realizó acciones durante el último año que contribuyen a la creación de un negocio, o es actualmente propietario de uno, pero ha operado durante menos de 3 meses.

Nuevo: Es actualmente propietario de un negocio que ha operado por más de 3 y menos de 42 meses.

Establecido: Es actualmente propietario de un negocio que ha operado durante más de 42 meses.

Salida de negocios: Dejó la gestión de un negocio durante el último año, por cualquier motivo (Lasio et al. (2020).

Metodología

Para el desarrollo de la presente investigación y el cumplimiento de todos los objetivos se utilizaron instrumentos y herramientas como base de datos estadísticos; con un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo. El tipo de la investigación fue documental - bibliográfica analítica, la misma que permitió recolectar información de las diferentes teorías del emprendimiento obtenidas del estudio de textos científicos publicados en bases de datos indexadas regionales y mundiales, en el periodo 2015 hasta 2022, así como también se utilizaron

métodos de comparación de teorías.

Para dar cumplimiento al segundo objetivo, se analizaron las problemáticas y factores que afectan los emprendimientos a nivel local. El levantamiento de información se basó principalmente en las fuentes primarias obtenidas de los reportes del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2019-2020, y la aplicación de la técnica de la entrevista.

Partiendo de la lista de los factores, se estudiaron a través de la técnica analítica, las posibles estrategias que sirven para minimizar el impacto causado por no tomar en cuenta los factores de sostenibilidad en los emprendimientos, para lo cual se elaboraron tablas que sirvieron para comparar y ponderar la información.

La población en el presente estudio de investigación es muy representativa, por lo que, para seleccionar la muestra se aplicó el tipo de muestreo estratificado proporcional (por conveniencia), de los resultados de emprendimientos locales en el reporte del GEM 2019-2020, lo que permitió seleccionar proporcionalmente emprendimientos exitosos y emprendimientos que no han logrado tener éxito en el país.

Los instrumentos de recolección de datos para el desarrollo de la presente investigación fue la recopilación de información que permitió levantar bases teóricas, y entrevistas aplicadas a actores sociales. Las entrevistas presentaron una estructura formal basada en lineamientos previamente establecidos, los indicadores se construyeron de acuerdo con el tipo de información que se necesitaba resaltar o cuantificar. Se realizaron tres entrevistas dirigidas a dos consultores de emprendimientos y a una emprendedora.

La tabla 2 muestra el detalle de la población y muestra y sus aspectos demográficos que trabajó la GEM 2019-2020 y en la que también se basó este estudio.

Tabla 2

Población objeto de estudio

| | | TEA (%) | Nacientes (%) | Nuevos (%) | Establecidos (%) |
|-----------|-------------------------|-----------------|---------------|------------|------------------|
| Género | Hombres | 53.5 | 54.5 | 52.3 | 62.0 |
| | Mujeres | 46.5 | 45.5 | 47.7 | 38.0 |
| Edad | 18-24 | 19.2 | 19.4 | 20.3 | 8.0 |
| | 25-34 | 32.1 | 33.1 | 29.1 | 21.5 |
| | 35-44 | 24.6 | 22.7 | 29.1 | 22.9 |
| | 45-54 | 14.8 | 15.6 | 11.1 | 26.5 |
| | 55-64 | 9.3 | 9.3 | 10.4 | 21.1 |
| Educación | Ninguna | 4.4 | 4.4 | 4.4 | 3.5 |
| | Primaria completa | 23.5 | 22.1 | 27.8 | 33.2 |
| | Secundaria completa | 32.9 | 31.9 | 32.9 | 30.2 |
| | Postsecundaria | 13.5 | 14.0 | 12.8 | 13.9 |
| | Universidad completa | 22.8 | 24.4 | 19.3 | 15.7 |
| | Maestría/doctorado | 2.9 | 3.1 | 2.8 | 3.4 |
| | Ocupación | Tiempo completo | 27.5 | 31.3 | 16.2 |
| | Tiempo parcial | 6.4 | 8.4 | 0.4 | 1.3 |
| | Retirado / discapacidad | 0.1 | 0.2 | 0.0 | 0.0 |
| | Dedicado al hogar | 6.5 | 8.7 | 0.0 | 0.7 |
| | Estudiante | 1.2 | 1.6 | 0.0 | 0.4 |
| | Desempleado | 4.2 | 5.3 | 0.9 | 0.0 |
| | Autoempleado | 54.1 | 44.4 | 82.5 | 89.2 |

Nota. Tomado de Lasio et al. (2020)

Es preciso denotar también, los factores analizados o condiciones de emprendimiento que son un componente del contexto en el cual se crean y se desenvuelven los negocios. El estado de estas condiciones influye en la existencia de oportunidades de negocio y en la dinámica empresarial., los cuales son:

1. Financiamiento para emprendedores
2. Políticas gubernamentales
3. Programas gubernamentales
4. Educación en emprendimiento
5. Transferencia de I + D

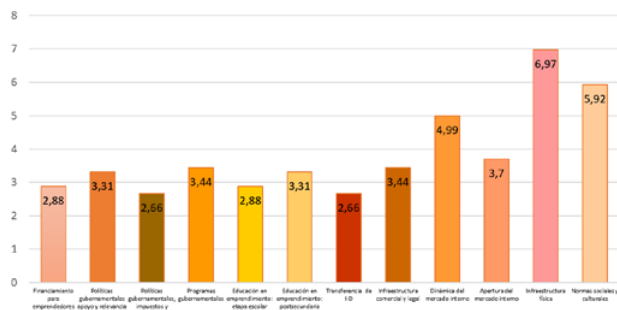
6. Infraestructura comercial y legal
7. Mercado interno
8. Infraestructura física
9. Normas sociales y culturales.

Resultados

De conformidad con el análisis documental realizado, los resultados de los factores que inciden en los ciclos de los emprendimientos o condiciones marco para el emprendimiento como son el financiamiento para emprendedores, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación en emprendimiento, transferencia de I-D, infraestructura comercial y legal, mercado interno, infraestructura física, normas sociales y culturales; se detallan en la figura siguiente:

Figura 1

Factores que inciden en los ciclos de emprendimiento



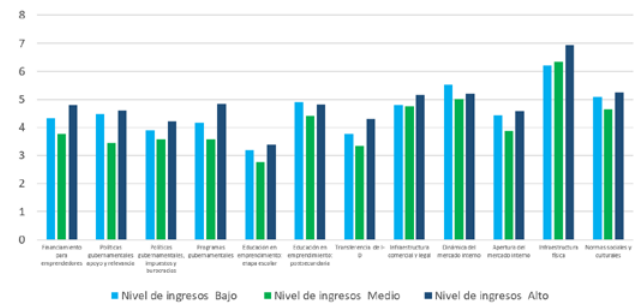
Nota. Tomado de GEM (2020)

Como puede observarse en la figura 1, dentro de los factores que influyen en el emprendimiento, sobresalen tres de ellos, así la dinámica del mercado interno obtuvo una puntuación de 4,99, el factor de la infraestructura física 6.97 y la condición de las normas sociales y culturales con un valor de 5,92. De estos tres factores, se destaca aún más la infraestructura física, siendo determinante para quienes desean emprender y están emprendiendo, en las diferentes categorías del emprendimiento.

En este mismo contexto, en la figura 2 se observan los factores marco del emprendimiento y su relación con los niveles de ingresos de los emprendedores.

Figura 2

Factores marco de emprendimiento y niveles de ingresos



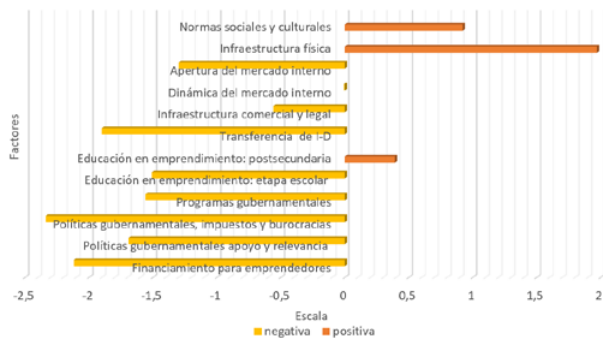
Nota. Tomado de GEM (2020)

En la figura 2 se puede apreciar como la relación entre el factor marco de emprendimiento de infraestructura física con el nivel de ingresos es el que arroja el valor más alto (6,97), en la dimensión del mercado interno es más bajo (5,53) que alto (5,21), y en el factor de las normas sociales y culturales también es alto (5,26). Puede corroborarse así, que, de los 12 factores identificados con el emprendimiento, la infraestructura física es la que sobresale.

Bajo la misma consideración, en la figura 3 se puede observar la evaluación de los factores o condiciones marco para el emprendimiento en una escala positiva y negativa de cinco puntos.

Figura 3

Evaluación de las condiciones marco para el emprendimiento en Ecuador



Nota. Tomado del Informe de la Encuesta Nacional de Expertos, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020.

En la figura 3 se puede visualizar la evaluación de expertos para cada factor o condición marco para el emprendimiento, basado en una escala del 0 (insuficiente) al 10 (suficiente). En este sentido, se puede apreciar que la evaluación difiere únicamente en el factor de educación en emprendimiento post secundaria que alcanza una puntuación de 1,4 en una escala positiva, ya que en los factores de infraestructura física presenta 1,95 y en las normas sociales y culturales que tiene un indicador de 0,90, si se han destacado como factores relevantes en los análisis anteriores.

Por otra parte, como lo muestra la tabla 3 a continuación, la motivación es un factor muy importante para quienes emprenden, tanto en el inicio cuanto durante todo el ciclo del emprendimiento.

Tabla 3

El factor de la motivación en el emprendimiento según aspectos demográficos

| Factores | Hombres | Mujeres | <35 años | >35 años | Urbana | Rural | |
|---|---------|----------------|----------|-----------------|--------|----------|--|
| Marcar una diferencia en el mundo | 53,4 | 51,8 | 54,8 | 50,4 | 58,3 | 42,4 | |
| Acumular gran riqueza o incrementar los ingresos personales | 37,5 | 35,4 | 37,9 | 35,1 | 48,8 | 14,2 | |
| Continuar una tradición familiar | 34,7 | 36,9 | 34,9 | 36,6 | 40,9 | 26,4 | |
| Ganarse la vida porque el empleo es escaso. | 79,6 | 86,3 | 84,1 | 81,2 | 76,6 | 93,8 | |
| Factores | EGB | BGU o superior | <1 SBU | 1SBU o +; <2SBU | >3 SBU | Empleado | Desempleado, encargado del hogar, estudiante |
| Marcar una diferencia en el mundo | 49,5 | 57,5 | 41,2 | 52,0 | 59,3 | 52,6 | 44,7 |
| Acumular gran riqueza o incrementar los ingresos personales | 30,8 | 46,8 | 19,5 | 33,0 | 47,7 | 42,5 | 22,4 |
| Continuar una tradición familiar | 38,3 | 30,6 | 31,4 | 41,0 | 33,0 | 40,3 | 29,2 |
| Ganarse la vida porque el empleo es escaso. | 88,1 | 74,3 | 92,8 | 86,8 | 74,5 | 76,8 | 93,4 |

Nota. Tomado de GEM (2020)

Respecto de los resultados de la tabla 3, el factor de la motivación y sus componentes es muy relevante, así, el marcar una diferencia en el mundo es muy importante para el 53,4% de los hombres con una diferencia muy estrecha respecto de las mujeres (51,8%); en edades inferiores a 35 años (54,8%), domiciliados en

el área urbano mayormente (58,3%), con un nivel de educación de bachillerato o estudios superiores en un 57,5%, con ingresos de más de 3 salarios básicos unificados (SBU) en un 59,3% y con una ocupación de empleados privados y públicos (52,6%).

En cuanto a la motivación de acumular gran riqueza o incrementar los ingresos personales también fue más fuerte en los hombres (37,5%), en emprendedores menores de 35 años (37,9%), del área urbana (48,8%) con un nivel de educación superior o bachillerato (46,8%), cuyos ingresos superan los 3 SBU (47,7%) y son empleados en un 42,5%.

Respecto del factor motivacional de continuar una tradición familiar estuvo mayormente presente en las mujeres (36,9%), en edades de más de 35 años (36,6%) del área urbana (40,9%) con una educación general básica (38,3%), cuyos ingresos oscilan entre 1 y 2 SBU, y son empleados (40,3%).

La motivación de ganarse la vida porque el empleo es escaso les sucede más a las mujeres en un 86,3%, a edades menores de 35 años (84,1%), a emprendedores de la ruralidad (93,8%), con educación general básica en un 88,1%; cuyos ingresos mensuales son inferiores a 1 SBU (92,8%), y están desempleados, encargados del hogar o son estudiantes en un 93,4%.

Discusión

Conforme a la revisión de literatura efectuada sobre los factores que influyen en las diversas etapas de un emprendimiento, así Schumpeter y otros autores recientes como Lasio et al. (2020); Sparano (2014); Herrera y Montoya (2013); Alonso y Fracchia (2009); Castillo (2009); Goss (2005), coinciden en que un factor importante es la motivación y el liderazgo.

Schumpeter (1939) citado por Jeannot (2002); Formichella (2004); Goss (2005); Carrasco y Castano (2008); Alonso (2011); Arteaga (2013); González (2011); Herrera y Montoya (2013), refiere que el empresario

emprendedor debe tener ciertas características fundamentales como el liderazgo, el que en estricto rigor conduce al emprendimiento a un proceso de innovación en la economía, esto responde a su iniciativa emprendedora y su visión a futuro que le han impulsado a desarrollar un trabajo por cuenta propia, dados sus talentos y capacidades.

Lasio et al. (2020) encontró que, en Ecuador, tanto para hombres como para mujeres la mayor motivación para emprender es la escasez de trabajo, por la necesidad de subsistencia que, por la identificación de oportunidades en el mercado, lo cual tiene efectos en su baja perspectiva de crecimiento y sostenibilidad. Teniendo además que el emprendimiento está ligado al liderazgo, tanto en las etapas iniciales, así como en las de expansión y de crecimiento, y estos estilos van en función del género, en que el hombre destaca un poco más frente a la mujer, no obstante, son las mujeres las que más se deciden a emprender por la situación económica familiar.

Así también, Sparano (2014) describe al emprendimiento como un proceso de impacto positivo para América latina un impacto positivo que basado en la creación de empresas, coadyuva a la generación de empleos, mejorando su eficiencia en la productividad y lograr un nivel de competitividad en mercados nacionales e internacionales". El líder que lo lleva a efecto es conocido como emprendedor y poseedor de múltiples cualidades sentadas en la motivación personal que tiene para desarrollar sus aspiraciones personales y sociales.

Herrera y Montoya (2013) por su parte, afirman que en general el emprendedor es considerado como un líder, que tiene creatividad, persistencia, es innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, generador de empleo, transformador de recursos, entre otras actividades económicas, sociales, ambientales y políticas, quien desarrollo su trabajo con responsabilidad social.

Alonso y Fracchia (2009), refieren que un emprendedor se define por su vocación por experimentar en nuevas posibilidades, teniendo

mucha importancia el que logre hacerlo, sin importar de donde venga, si tiene títulos, experiencia, clases social, credo, religiones, razas, etc., lo cual involucra una cualidad singular de liderazgo.

Empero, Castillo (2009) sostiene que, para ser considerado un emprendedor, no se requiere únicamente montar el negocio o crear una empresa, esto va mucho más allá, teniendo otras implicaciones que son las bases del emprendimiento y parten del factor motivacional que le genera una obsesión por la oportunidad, la meta de crear y distribuir riqueza, y la constante búsqueda del crecimiento fundadas por un líder que se lo conoce como emprendedor.

En este mismo contexto, Goss (2005), emplea una singular definición del emprendedor con una característica especial que lo califica como un ser especial con una altísima energía emocional que se motiva y se inspira con todo lo que crea, construye y desarrolla, porque es diferente de las personas normales que están atrapadas en una rutina que los estanca; este emprendedor es innovador y conduce su emprendimiento motivado por el servicio social que puede generar con su trabajo.

Con referencia a lo expuesto, la autora coincide plenamente con Goss, puesto que todo emprendedor es un ser humano espiritual, movido por una fuerza superior que lo inspira a realizar acciones positivas para contribuir al desarrollo de la colectividad-sociedad-comunidad y aportar al mejoramiento de las economías familiares, tan abatidas por diversos factores externos como las medidas económicas, las escasas oportunidades de empleo, de educación, de servicios básicos, de salud pública, la competencia desmedida, y otros; pero que, factores que equivalen a virtudes personales como la motivación que es el punto de partida y unidad, al liderazgo intrínseco de un ente positivo y creativo, son los que hacen la diferencia entre el dejar que transcurran las cosas y hacer que las cosas ocurran para el bienestar social.

En cuanto a las entrevistas realizadas a 3 emprendedores, quienes manejan la experiencia, señalan que las condiciones pueden cambiar de un día para el otro, y la entereza y la visibilidad que el emprendedor se encuentre para sobrepasar esos obstáculos que se presentan en el día a día, haciendo que al emprendimiento también se lo podría considerar como un deporte extremo, se pudo contrastar lo siguiente:

Sobre la base de la experiencia y conocimientos de la emprendedora y fundadora de la organización Gestiona Pro PYMES, (Paola Carolina Aulestia, 2022) señala que una de las problemáticas de los emprendimientos es que el emprendedor se crea en solitario y no busca ayuda para crecer y ser mentoreado, guiado y escuchado, no cuenta con un círculo de apoyo, cuando lo ideal es apoyarse en mentores que ya hayan caminado a través del tiempo y puedan transmitirles sus experiencias, aprendizajes, y tomarlos como buenas prácticas, esto conlleva a cometer varios errores. Existe una problemática social, levemente percibida por los ecuatorianos, y es que la competencia desleal se ha incrementado debido a las migraciones, particularmente de venezolanos y colombianos, porque el “comerciante aquel” no es formal y vende más económico, dando lugar al cuestionamiento de formalizarse o no, y al decidir no formalizarse no crecerá, se vuelve más facilista, quiere todo rápido y el emprendimiento no es de rapidez, sino de perseverancia.

Esta problemática conlleva a cometer varios errores al emprendedor, uno de ellos es la creencia de ser autosuficiente y aislarse, se debe recordar que la persona no es todóloga. Quizás en las primeras etapas del emprendimiento tenga que asumir muchas o todas las actividades del emprendimiento y después crecer, armar su equipo de trabajo, podría hacer canjes con otros emprendedores, porque quizás no tenga réditos aun, pero si puede concentrarse en lo que se es bueno, en lo que necesita su negocio, la estrategia, el tema comercial, las ventas, en la búsqueda de clientes, y en cuanto al uso de las redes sociales, podría destinarlas a un proveedor que se dedique a los temas sociales.

Otro error es la falta de formalización y profesionalización, muchos de los emprendedores ni siquiera tienen RUC y no facturan, tienen malas prácticas contables tributarias; por lo que se debe profesionalizar al emprendedor con una cultura de formalización, de crecimiento y de educación, pues siguen pensando en ser pequeños, no piensan en grande, no piensan en crecer. Que ellos concienticen que, al momento de generar facturas, dejan plasmado su ingreso, mientras más vendan, en algún momento van a ser sujetos de crédito, de capital semilla, inclusive en varias instituciones financieras. No obstante, si el emprendedor estuviera anclado a la comunidad, no tendría miedo a pagar impuestos, a ser formal, sabiendo que si las autoridades lo administran correctamente van a retribuirse en salud, educación y otros. Ahí se ancla, el propósito del emprendedor: la comunidad; pues si es formal, puede retribuirlos, dejando de lado ideas infundadas como el que es malo generar factura por las ventas realizadas.

Un error adicional es pensar que crecer es pagar más impuestos, cuando crecer es sostenerse en el tiempo, que necesita contar con el RUC para ser sujeto de crédito directo. El miedo al cambio y a la innovación es otro de los errores, pues muchos emprendedores aún se manejan con factura física, no pueden visualizar que van a potencializarse empleando la tecnología. El emprendedor debe enseñar a los clientes las herramientas para lo cual se van a potencializar. El emprendimiento tiene que estar basado no solo en la sostenibilidad, sino en un nuevo cambio de tendencias, si el emprendimiento no tambaleó y cerró en plena pandemia, tiene que estar sujeto a una modificación si lo quieren resurgir. Tienen que estar en capacidad de que su negocio emplee la innovación y la tecnología, si no está en capacidad de eso, puede presentar serios problemas de mercado, ventas e ingresos. Esto significa que falta trabajar en habilidades propias del emprendedor, delegar, auto educarse, tomar decisiones, ser estrategas, buscar mentores, formar equipos, formar líderes, transmitir el conocimiento, una evidencia de que es más fácil quedarse en su zona de confort.

Adicionalmente se deben considerar los agentes externos que influyen, así, se debe conocer la normativa existente, existe la Ley del Emprendimiento, desconocida en el medio, ocasionando que aún todo el ecosistema del emprendimiento no se ancle totalmente; en la formación en las aulas a nivel de educación general básica y superior no se apoya porque el emprendimiento necesita recursos y uno de los fundamentales es el económico, esto hace que los emprendedores generalmente recurran a sus familiares, el círculo del emprendedor; si bien se tiene una ley, ¿Los actores que están haciendo?, ¿Cómo están ejecutando el día a día esa base de emprendimientos?, ¿Cómo se está generando el tema del capital, de las capacitaciones?. Muchos de los emprendedores no tienen capacidad adecuada por eso emprenden por necesidad. ¿Quiénes se encargan de capacitar de manera gratuita o de más bajo costo? Ciertos municipios tienen formación para emprendedores, pero no todos los emprendedores acceden porque no se difunden debidamente.

En cuanto a la generación de una comunidad de apoyo para el emprendedor, algo se está haciendo, hay cambios recurrentes en la normativa tributaria, algunas aprobadas en los últimos meses del año, fueron levemente difundidas, y más de un millón y medio de emprendedores que pasaron a formar parte del nuevo régimen no la conocían, ni siquiera los profesionales contables. Esto evidencia las inconsistencias del manejo de la ley del emprendimiento, evidenciando una falta de planificación estratégica que englobe a todo el ecosistema de emprendimiento, unidades educativas, instituciones de educación superior, gremios de la producción, gobiernos centrales, municipales, parroquiales, ONG's y otras.

Entonces el ciclo del emprendimiento engloba tres etapas, factores o pasos, primero la motivación, tener la idea; segundo, darle una planificación, ver el mercado; y tercera, puesta en marcha, teniendo en cuenta que existen agentes externos e internos que ocasionan subidas y bajadas, que algunos autores denominan fases, una de emprender y otra fase de gerencia y pasar a ser empresario. Esta primera fase está relacionada

con la idea, el tema de la creación, puesta en marcha y el sostenimiento o supervivencia del negocio. Luego se pasa a la segunda fase de Gerencia o fase de empresario, ya el crecimiento la madurez y en el que caso que haya un declive.

Otros autores refieren 4 etapas principales en el ciclo del emprendimiento, la gestación, el inicio, el crecimiento, el desarrollo y el declive o cierre. La gestación: no solo involucra, al fundador y a la familia, sino también donde nace la creatividad y las ideas, buscar necesidades que tiene el mercado, qué propuestas se llevan. El inicio es asentarlos a una planificación, ¿Cómo se obtendrá el capital? si se necesita inversionistas, ahorro, crédito. El crecimiento significa hacia dónde se va a expandir, ya sea en cantidad, nichos, ubicación; luego viene el desarrollo, y posteriormente con quién se está aliando, si necesita más capital humano, si se expande o se queda en este país; y en el caso de que no permanezca se ocasiona la quinta fase del declive o cierre. En la etapa de puesta en marcha, se deben seguir estableciendo estrategias y planificaciones y replanificando.

La planificación es un factor clave, no hacerlo es un error. Contar con ella significa adquirir una visión clara, conocer al cliente, a la competencia, los elementos diferenciadores; poder generar una propuesta de valor, una estructura de costos y de ingresos, conocer los números que mueve el emprendimiento, y es preciso buscar asesoramiento para generar el plan estratégico.

Rodríguez (2022), Coordinador de la organización “Acelerador Impacto”, refiere que existen emprendimientos que empiezan con ideas muy pequeñas y otros ya vienen anclados, pero todos los emprendimientos tienen diferentes realidades. Si en la etapa de inicio se empieza con una buena idea que esté posicionada en un mercado preciso, con un análisis de estilo CANVAS, que permita tener claro hacia dónde se quiere ir. La mejor manera de iniciar un emprendimiento es manejando una herramienta como CANVAS, en donde se ubican los diferentes eslabones que tiene el negocio, para identificar qué es lo que se va a hacer, a

qué mercado se va a dirigir, cuál es el flujo de caja y las herramientas que se van a utilizar; tener claridad del mercado al que se apunta. Su idea de negocio debe ir relacionada con el tamaño del capital que tiene; si tiene un capital pequeño, no va a exigirse a sí mismo hacer un negocio más grande del que pueda manejar. El capital que se tiene no es solo para invertirlo, sino que debe emplearse también como reserva hasta que el negocio crezca y despegue, esto es lo que se denomina el músculo financiero, que es muy importante para poder hacer que ese ciclo del emprendimiento que pasa por un valle de lágrimas, luego se lo pueda encaminar hacia una estabilidad para que sea exitoso.

Se presentan varios factores que pueden afectar al emprendimiento, tales como las huelgas, pandemias como la covid-19, pero ahí está la capacidad de innovar y de transformar la idea, para ello está la constancia. La transformación del negocio debe estar apoyada por el capital humano. Ese equipo debe tener esa visión para poder seguir y permitir volver a trabajar, pues el éxito de los negocios es la constancia. Generalmente no tienen el contexto ideal de la importancia del músculo financiero, ya que la realidad de Ecuador es que mucha gente emprende por necesidad, y eso evita que sean exitosos.

El/la emprendedor/a se enamora del negocio, pero la persona debe desamorarse y verlo como un proyecto de vida financiera; quien emprende debe tener la capacidad de generar estas reglas y mentalidad de crecimiento, capacidad de proyectarse al crecimiento y capacitarse. Empero, los emprendedores se rehúsan a tener una estructura y a un orden, el orden de las cuentas, inventario, tiempo de trabajo del personal, manera de distribuir las cosas, eso es lo que causa que el emprendimiento se detenga. La gente se rehúsa a formalizarse, no piensan en crecer. Cuando se habla de la innovación no es solo la innovación del producto, sino en la manera de ver como el negocio va creciendo y se van buscando aliados más convenientes para su estabilidad y sostenibilidad.

Sin embargo, factores como tener la idea de negocio, ecosistema o entorno donde se desarrolla, la capacidad de innovación y de transformación, el capital humano, la inversión inicial, el tamaño de la inversión que se desea hacer, tiene que corresponder al tamaño de capacidad que ya se tiene; el músculo financiero para poder aguantar los meses o el año donde aún no se generan ganancias del negocio, pero si se deben pagar los costos fijos; la organización del negocio, pues un buen negocio no tiene un retorno de capital tan lento, el posicionamiento, el marketing, como se lo vende y como se está posicionando en el público que se eligió; Un elemento fundamental es que la familia apoya al emprendedor, atrás del negocio hay una familia que respalda totalmente la actividad, y es esa familia la que sostiene el hogar cuando se inicia con el negocio o emprendimiento.

Ser emprendedor no es fácil, se debe conocer con quién se quiere asociar en un emprendimiento y cuándo es el momento adecuado para asociarse. No se debe trabajar en solitario, se debe adquirir la capacidad de capacitarse, de dejarse ayudar, de querer hacer la transformación, saber pedir ayuda cuando se la necesita, unirse a grupos económicos más fuertes. La mentoría es diferente a la práctica. Las mentorías requieren innovación para que ayuden a escalar.

Para Rivera (2022), una ejemplar emprendedora local, un emprendimiento surge cuando tiene la combinación de tener cierto conocimiento técnico previo, puede ser habilidades, una especie de propiedad intelectual o alguna especie de franquicia o de acervo empresarial de generaciones previas que puede ser la base para arrancar, y a partir de ahí se le tiene que sumar la intención de llevarlo adelante, de hacerlo y de renovarlo, y finalmente esa innovación conecte principalmente con una necesidad que realmente exista en el mercado, esto puede resumirse en aplicar la innovación social, agrupar emprendedores y formar comunidades.

Se pueden considerar tres pasos iniciales para empezar. El primero es la motivación, ya

sea por necesidad o por oportunidad, y luego para el escalamiento toca ir definiendo cuáles son las estrategias o líneas de negocio que puede ser más redituales y hacer los ajustes para volver ligera a la empresa lo mejor posible, para que se enfoque y pueda crecer una vez que ha validado porque tiene un mercado profundo, interesante y fidelizado. En ocasiones este aspecto para responder a una necesidad de mercado parece obvio, pero no lo es tanto, y muchas veces se prende de lo que el emprendedor cree que puede hacer, de lo que le gustaría hacer, pero debe asegurarse que haya realmente una demanda en el mercado, debe darle forma para que se ajuste a una necesidad del mercado.

En esta parte se pueden emplear algunas estrategias, el emprendedor ecuatoriano en general tiene una vocación por emprender, es algo también cultural, nace también de algunas dificultades económicas de fondo, pero en general, hay ganas de hacerlo. Es un ecosistema que, comparado con los países vecinos como Argentina, Chile y Colombia, todavía le falta para crecer y algunos elementos de articulación del ecosistema para que puedan escalar mucho más rápido. En el emprendedor se ve mucha gana, pero le falta mucho cuando inicia, el seguir en la línea de profesionalizar el ejercicio del emprendedor, aunque éste haya cursado estudios en la universidad, pero en el ejercicio emprendedor hace falta cierta combinación de campo, de conocimiento práctico-empírico validado y por tal razón, es bueno que surjan en el ecosistema esos factores tipo impacto. Por lo tanto, el emprendedor no descarte de ese tipo de espacios porque son provechosos y le ayudan a no inventar la rueda, es importante que se forme, que vaya conociendo, que adquiera herramientas, aprendiendo y aplicándolas.

Un segundo paso son las asesorías profesionales, conocer las bases legales, contables, tributarias básicas que se debe considerar. Una cosa es el espacio de profesionalización emprendedora para generar ideas, validarlas, investigar mercados, tener noción del ciclo de vida de la empresa, todo esto es importante, tener ese famoso *networking* que son redes de contactos, pero que no puede dejarse de lado a lo

legal, tributario y contable, que el emprendedor ecuatoriano suele dejarlo para el final, y eso le puede quitar oportunidades de inversión, de sociedad, de alianzas estratégicas, por cuanto, está en la total informalidad o sencillamente no tiene la figura legal adecuada para ciertos hitos que luego sobre la marcha se dan cuenta que eran necesarios.

Los emprendedores no buscan asesorías o mentorías porque lo ven como un gasto y no como una inversión, si la misma persona no es capaz de ser ella la primera en invertir en formarse, hay un contrasentido fuerte. Que busquen espacios, que, si inviertan que sean estratégicos en eso, que esa inversión no es monetaria, primero el ejercicio de sentarse para determinar lo que necesita, porqué lo necesita, invierte tiempo, invierte en esfuerzo. Si no considera estos elementos, lo que busca entonces es “ir a la brava” como se dice popularmente, viendo como inventa la rueda, y al final le resulta más caro; no obstante, hay gente que, si logra salir, pero en términos generales el profesionalismo es importante. La misma persona debe ser capaz de invertir en sí misma y tener la humildad de reconocer que no siempre va a poder hacer todo solo.

El tercer paso es la capacidad de adaptarse, que está relacionado con la ejecución, tener mucha flexibilidad, ser como el bambú flexible y firme al mismo tiempo, debe hacer un propósito firme, pero los planes de cómo alcanzar el propósito pueden cambiar. Hacer las cosas constituyendo un buen equipo, capacidad de innovación y adaptación, reinventarse, esto va de la mano de no estar desconectado de la realidad del mercado, de sus clientes de la comunidad donde está y eso le puede ir dando luces de cómo ir innovando el negocio. Lo que menos se quiere tener es emprendedores nacionales que romanticen el emprendimiento o que lo hagan de una base ideológica, es decir que opere un sistema de pensamiento subjetivista totalmente ajeno a la realidad, que desde ese pensamiento pretenda interpretar hoy generar réditos, es delicado, si lo hace así, está desconectado de la realidad, y puede llevarse decepciones. Es muy importante tener conexión, claridad, ser capaz de hacer ajustes, hay que ser perseverantes, pero no

tercos; muchas veces hay que decir por acá no es el camino y toca reducir gastos, toca enfocarse.

Estos son los tres puntos claves para empezar y luego para poder escalar se debe pasar por toda esa etapa de prueba y error, empero, prueba y error podría enviar ese mensaje equívoco, de que la persona va a la ciega probando y no es así, esto se refiere a que va ejecutando iniciativa, rotando y se va dando cuenta que respuesta va teniendo. A veces no salen bien las cosas, hay líneas de negocios que toca cerrar, pero esto es parte del ejercicio de ir probando como se va llegando a una fórmula ganadora e ir ajustándolo a los tiempos, aunque sean muy raros, como los que se está viviendo actualmente.

En consideración de las entrevistas realizadas se pueden resaltar otros factores relacionados con el ciclo de los emprendimientos, primero la motivación y tener la idea; segundo planificarla y buscar el mercado; y tercera, ponerla en marcha. No obstante, existen agentes externos e internos que ocasionan subidas y bajadas, y esto implica que pueden considerar dos fases, una de emprender y otra fase de gerencia para pasar a ser empresario. Esta primera fase está relacionada con la idea, el tema de la creación, puesta en marcha y el sostenimiento o supervivencia del negocio. Luego se pasa a la segunda fase de gerencia o fase de empresario, ya el crecimiento la madurez y en el que caso que haya un declive. Sin embargo, también puede haber 4 etapas, la gestación, el inicio, el crecimiento, el desarrollo y el declive o cierre.

Otros factores clave involucran tener la idea de negocio; el ecosistema en que se desarrolla; la capacidad de innovación y de transformación; el capital humano; la inversión inicial; el tamaño de la inversión a realizar en correspondencia con el tamaño o capacidad que ya se tiene; el músculo financiero para solventar los costos fijos sopeso de no generar ganancias; la organización del negocio para tener ingresos; el marketing para garantizar la forma de las ventas y el posicionamiento del producto en el mercado.

Y en ese mismo contexto, aparecen otros factores que son claves para conducir por buenos caminos hacia el éxito a los emprendimientos, y estos incluyen a la motivación, las asesorías profesionales y la capacidad de adaptarse a los constantes cambios del entorno, de la demanda, de la competencia, de la realidad socioeconómica.

En base a lo expuesto, y si bien, la literatura concerniente a los factores del ciclo del emprendimiento es rica y variada, en la cual pueden encontrarse muchos factores que influyen en el éxito de estos; un hallazgo que se pudo evidenciar en las entrevistas realizadas a tres expertos en emprendimiento y emprendedores exitosos, atiene a que dentro del ciclo del emprendimiento, en la etapa sustancial de la puesta en marcha es vital aplicar la organización empresarial, la cual parte de la elaboración de la planificación del negocio, de la cual dependerá la buena marcha del emprendimiento, pues se compone de estrategias para lograr los objetivos de la empresa, las alternativas de solución a los imprevistos, conflictos y eventualidades que se presentan; el conocimiento del mercado, del producto, de los mecanismos de comercialización y venta, de control de la calidad, de la necesidad de perfiles del recurso humano, y de todo el proceso que involucra materializar el producto o servicio que ofrece el emprendedor a una comunidad sociedad que lo demanda porque lo necesita.

En tal sentido, la planificación estratégica se convierte en un elemento decisivo, crucial, necesario e indispensable, que ya debe existir, pues no puede faltar cuando se pretende emprender o ya se está emprendiendo, y esta planificación requiere ser validada y la validación implica la participación de varios actores, que involucran al emprendedor que tiene la idea y visualiza el camino a seguir, para transmitirlo al profesional estratégico que tiene el conocimiento y la experiencia en el campo, y a quienes son parte del emprendimiento que responde al recurso humano administrativo y operativo, aunque esté concentrado en el mismo emprendedor y su persona de confianza en el momento de arrancar con el negocio. Entonces se deduce que una planificación efectiva va

ligada a una asesoría efectiva externa que debe considerarse en el presupuesto inicial para comenzar a emprender.

La identificación de la planificación estratégica como el instrumento de la organización de la actividad emprendedora que constituye un elemento vital para la gestión de los emprendimientos y su injerencia en los diversos ciclos, etapas o fases de estos, corresponde a la contribución académica y profesional que la autora de este estudio realiza en base a todo el análisis efectuado, para el acervo académico universitario y para la comunidad sociedad emprendedora en diversos sectores de la producción y comercio ecuatoriana.

Conclusiones

Se concluye en la presencia de múltiples factores que inciden en los diferentes ciclos, fases o etapas de los emprendimientos a nivel local, empero para la autora, se destaca la capacidad de adaptarse, que puede tomarse también como resiliencia emprendedora, y es el factor que más ha llamado la atención en el desarrollo de la investigación, pues, aunque para iniciar un negocio se precisan aspectos motivacionales que logren en la persona la decisión de emprender, y una vez tomada esta decisión comience a ejecutar acciones para hacer realidad su idea valiéndose de todos los recursos necesarios, sobre todo del económico; es cuando está implementando el negocio y operando con altibajos y normalidad eventual hasta lograr un posicionamiento en el mercado y aun así, que hace su aparición el factor de la resiliencia.

Un ejemplo de lo expresado fue el evento sísmico del 16 de abril de 2016 denominado como 16-A, después la covid-19, y así algunos relacionados que han hecho tambalear a muchos emprendedores, y en otros casos cerrar sus puertas, perder sus bienes, quedar endeudados, con ningún apoyo gubernamental, sin oportunidades de recomenzar, un panorama desolador y nefasto; sin embargo, ha sido la capacidad de ser resilientes, lo que hizo que decenas de emprendedores tempranos, nuevos, nacientes, iniciales y de toda categoría, se

levantaran, trabajaran arduamente sin descanso, movidos por la fuerza de la fe en lo que han venido haciendo para una comunidad sociedad que los necesita, para la cual diseñaron su servicio o producto, para la cual soñaron con crecer y hacer crecer a otros con trabajo y ejemplo, para herencia familiar y de toda la colectividad, como parte de la misión emprendedora.

La generación de conocimiento de este trabajo académico se da en gradientes, así, en la manera cómo los diversos emprendedores promuevan una conciencia emprendedora basada en la responsabilidad social que requiere de varios factores para comenzar a lograr esos objetivos de negocio, los cuales precisan de un sólido compromiso para iniciar, ejecutar, evaluar mediante un equipo de trabajo en el cual apoyarse para poder desarrollar al emprendimiento, mantenerlo en el espacio y en el tiempo, generando servicio o producción, generando empleo, ganancias económicas, sociales, nuevos mercados, nuevas oportunidades, nuevos emprendimientos, nuevas experiencias para compartir en un ecosistema emprendedor como la escena ideal en un país en vías de desarrollo.

La realización de esta investigación no tuvo limitaciones de acceso a información, conocimiento y experiencia de los actores, se pudo contar con su colaboración valiosa para las entrevistas, la proporción de datos sobre el objeto de estudio, su experiencia personal y emprendedora; así también se accedió a varias fuentes confiables de información de tipo artículos académicos, profesionales, de revisión, científicos, informes de emprendimiento a nivel de Ecuador y de Latinoamérica, tesis de posgrado, documentos publicados por organismos oficiales, organizaciones de emprendimiento y afines, todas ellas facilitaron la adquisición de conocimiento, el discernimiento de la información para realizar el análisis y la interpretación concerniente a lo estudiado.

En tal razón, este trabajo académico para obtención de un título de posgrado en materia de administración empresarial, puede derivar en muchas aristas de la actividad emprendedora como se la denomina a nivel regional, siendo

así, puede resultar de interés indagar en las ideas de emprendimientos surgentes de la educación general básica, del bachillerato, desde la educación superior tecnológica o universitaria, para tener una noción de cuánto puede influir el ejemplo de los emprendedores locales en los futuros profesionales y graduados de las aulas en diferentes niveles de formación académica y relacionarla con la educación orientada a emprender que pudieran recibir en las diversas asignaturas de la malla curricular, en concordancia con la realidad socio económica del entorno en el que coexisten los diferentes actores del ecosistema de emprendimiento como la academia, los sectores productivos, la sociedad.

Referencias bibliográficas

- Alonso, C. (2011). El emprendedor Schumpeteriano: aportes a la teoría económica moderna. *Revista de Administración, Finanzas y Economía*, 5(1), 1-22. <https://econpapers.repec.org/article/egarafe-ga/201101.htm>
- Alonso, C., & Fracchia, E. (2009). *El emprendedor Schumpeteriano. Aportes a la teoría económica moderna*. Buenos Aires: Anales | Asociación Argentina de Economía Política.
- Arteaga, E. (2013). Los clásicos. Joseph Schumpeter y su influencia en la economía del cambio tecnológico. *Debate Económico*, 2 (2), 142-161. <https://biblat.unam.mx/hevila/Debateeconomico-MexicoDF/2013/vol2/no5/7.pdf>
- Bazdresch, C., & Meza, L. (2010). *La tecnología y la innovación como motores del crecimiento en México*. México: FCE. México.
- Campuzano, J., & Cedillo, L. (2019). Emprendimiento dinámico, crecimiento económico y política pública en el Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 4 (3.1.), 42-54. <https://doi.org/10.33890/innova.v4.n3.1.2019.1076>

- Carrasco, I., & Castano, M. (2008). El emprendedor Schumpeteriano y el contexto social. *ICE*, 845, 121-134. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2782673>
- Castillo, A. (2009). *Emprendedores como Creadores de riqueza y desarrollo regional. Estado del Arte en la enseñanza del emprendimiento*. Santiago de Chile: First Public Inc Chile S.A., <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadodelarteenlaensenanzadelemprendimiento.pdf>
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires, Argentina: INTA.
- Fuentelsaz, L., & González, C. (2015). El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. *Universia Business Review*, 64-81. <https://ubr.universia.net/article/view/1527>
- Gámez, J. (2008). El emprendedor, hacia una nueva caracterización en Colombia. *Management. Revista de la Facultad de Ciencias Empresariales*, XVII(29), 17-32.
- González, M. (2011). Joseph Alois Schumpeter (1883-1950): una semblanza. *eXtoikos*, 1(1), 83-88. <http://www.extoikos.es/pdf/n1/schum.pdf>
- Goss, D. (2005). Schumpeter's Legacy? Interaction and Emotions in the Sociology of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (2), 205-219. Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1540-6520.2005.00077.x>
- Groenewegen, P. (2003). *Classics and Moderns in Economics. Vol. II: Essays on Nineteenth- and Twentieth-Century Economic Thought*. New York: Routledge.
- Herrera, C., & Montoya, L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, 4(7), 7-30. <https://doi.org/10.15765/pdv.v4i7.441>
- Jeannot, F. (2002). Fluctuaciones cíclicas en Schumpeter. *Análisis Económico*, XVII, 43-77. <http://www.analisiseconomico.com.mx/pdf/3503.pdf>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordenana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor*. Guayaquil: ESPAE-ESPOL. https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf
- Merchán, M. (2022). *Análisis del emprendimiento exportador ecuatoriano con enfoque de género en el año 2019*. Quito: Tesis de maestría. Escuela Superior Politécnica del Ejército.
- Nueno. (2009). *Emprendiendo hacia el 2020: una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas*. Espana: Deusto.
- Paola Carolina Aulestia, F. d. (1 de julio de 2022). Los emprendimientos, sus ciclos y factores. (C. Menéndez, Entrevistador)
- Portilla, H. (2010). *Emprendimiento. Basado en la obra de Joseph Alois Schumpeter*. Bogotá: Tesis de maestría. Universidad De Lasalle.
- Rivera, C. (1 de julio de 2022). Los emprendimientos, sus ciclos y factores. (C. Menéndez, Entrevistador)
- Rodríguez, C., & Jiménez, M. (2005). Emprendimiento, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. *Innovar*, 15(26), 73-89.
- Rodríguez, j. (2 de julio de 2022). Los emprendimientos, sus ciclos y factores. (C. Menéndez, Entrevistador)

- Sparano, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Revista Dimensión Empresarial*, 12(2), 95-106. <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n2/v12n2a08.pdf>
- Stevenson, H., & Jarillo, J. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.
- Valdaliso, J., & López, S. (2000). *Historia económica de la empresa*. Barcelona: Crítica.
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá, Colombia: Pearson educación.