

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema: “La capacidad de los empresarios para llevar a cabo un emprendimiento sostenible en el sector comercial en Carchi”

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciadas en Administración de Empresas

AUTORAS: Potosi Estrada Jasmin Daniela
 Quiroz Quelal Nataly Gabriela
TUTOR: MSc Quinde Sari Freddy Richard

Tulcán, 2024.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que las estudiantes Potosi Estrada Jasmin Daniela y Quiroz Quelal Nataly Gabriela con el número de cédula 0401852363 y 0450061809 respectivamente han desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "La capacidad de los empresarios para llevar a cabo un emprendimiento sostenible en el sector comercial en Carchi"

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva

Quinde Sari Freddy Richard (MSc)

TUTOR

Tulcán, mayo de 2024

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciadas en la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Nosotras Potosi Estrada Jasmin Daniela y Quiroz Quelal Nataly Gabriela con cédula de identidad número 0401852363 y 0450061809 respectivamente declaramos que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



Potosi Estrada Jasmin Daniela

AUTORA



Quiroz Quelal Nataly Gabriela

AUTORA

Tulcán, mayo de 2024

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Nosotras Potosi Estrada Jasmin Daniela y Quiroz Quelal Nataly Gabriela declaramos ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "La capacidad de los empresarios para llevar a cabo emprendimiento sostenible en el sector comercial en Carchi" y se exime expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Potosi Estrada Jasmin Daniela

AUTORA



Quiroz Quelal Nataly Gabriela

AUTORA

Tulcán, mayo de 2024

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestros agradecimientos a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por ser el espacio generador de conocimiento, la cual forma profesionales con la capacidad necesaria para salir al ámbito laboral, del mismo modo agradecemos a la Carrera de Administración de Empresas y a los docentes que han impartido sus conocimientos técnicos y humanos, que hoy enriquecen este logro académico.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo académico a Dios por haberme dado la tenacidad para lograr cumplir este proceso, como también dedico a mis padres, hermanos por ser mi apoyo incondicional en esta etapa de mi vida, del mismo modo dedico de forma especial este esfuerzo a mis sobrinos Ariel y Jostin Iles por ser el motivo de no rendirme y ser un ejemplo para ellos.

Quiroz Quelal Nataly Gabriela

El presente trabajo se lo dedico de manera especial a Dios, quien me ha guiado a lo largo de toda esta trayectoria académica, a mis padres y hermanos, quienes confiaron en mis capacidades y en mis deseos de superación, su amor y apoyo absoluto fueron elementos fundamentales que me permitieron superar obstáculos a lo largo de este camino.

Potosi Estrada Jasmin Daniela

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| RESUMEN | 11 |
| ABSTRACT | 12 |
| INTRODUCCIÓN | 13 |
| I. EL PROBLEMA | 14 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 14 |
| 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 18 |
| 1.3. JUSTIFICACIÓN | 18 |
| 1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN | 19 |
| 1.4.1. Objetivo General | 19 |
| 1.4.2. Objetivos Específicos | 19 |
| 1.4.3. Preguntas de Investigación | 20 |
| II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 21 |
| 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN | 21 |
| 2.2. MARCO TEÓRICO | 23 |
| 2.2.1. Teoría del comportamiento planificado | 23 |
| 2.2.2. Como explica la Teoría del comportamiento planificado al emprendimiento sostenible | 23 |
| 2.2.3. El desarrollo de la sostenibilidad mediante el comportamiento planificado de las empresas..... | 24 |
| 2.2.4. La teoría de la acción empresarial como factor de la sostenibilidad..... | 24 |
| 2.2.5. La capacidad empresarial en el desarrollo de actividades sostenibles | 25 |
| 2.3. Dimensiones que se consideran para un emprendimiento sostenible | 26 |
| 2.4. El desarrollo sostenible como factor de la capacidad empresarial | 28 |
| 2.4.1. ¿Desarrollo sostenible o desarrollo sustentable?..... | 28 |
| 2.4.2. Los pilares de la sostenibilidad..... | 29 |

| | |
|---|-----------|
| 2.4.3. La Agenda 2030..... | 33 |
| 2.4.4. El sector comercial hacia emprendimientos sostenibles. | 35 |
| III. METODOLOGÍA | 37 |
| 3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO | 37 |
| 3.1.1. Enfoque..... | 37 |
| 3.1.2. Tipo de Investigación..... | 37 |
| 3.2. HIPÓTESIS | 38 |
| 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES..... | 38 |
| 3.4. MÉTODOS UTILIZADOS | 39 |
| 3.4.1.2. Análisis estadístico de confiabilidad de Omega McDonald's..... | 40 |
| 3.5. Análisis estadístico. | 40 |
| 3.5.1. Población. | 40 |
| 3.5.2. Muestra | 41 |
| 3.6.3. Modelo estadístico | 42 |
| IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 44 |
| 4.1. RESULTADOS | 44 |
| 4.2. DISCUSIÓN | 56 |
| V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 62 |
| 5.1. Conclusiones: | 62 |
| 5.2. Recomendaciones:..... | 63 |
| VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 64 |
| VII. ANEXOS..... | 70 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables..... | 39 |
| Tabla 2. Análisis estadístico de confiabilidad | 40 |
| Tabla 3. Estratificación de la muestra..... | 41 |
| Tabla 4. Número de empresas y su tamaño | 41 |
| Tabla 5. Numero de encuetas | 42 |
| Tabla 6. tipo de empresas | 42 |
| Tabla 7. Medidas de tendencia central de la capacidad de los empresarios | 44 |
| Tabla 8. Capacidad empresarial para generar productos o servicios sostenibles | 45 |
| Tabla 9. Capacidad empresarial hacia la gestión financiera | 49 |
| Tabla 10. Capacidad empresarial hacia Acciones sostenibles..... | 53 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Productos o servicios por género | 46 |
| Figura 2. Productos y servicios por nivel de estudio..... | 46 |
| Figura 3. Productos o servicios por tipo de empresa | 47 |
| Figura 4. Productos o servicios por años de existencia del empresario. | 48 |
| Figura 5. Gestión financiera sostenible por género | 49 |
| Figura 6. Gestión Financiera Sostenible por nivel de estudio..... | 50 |
| Figura 7. Gestión Financiera Sostenible por tipo de empresa..... | 51 |
| Figura 8. Gestión Financiera Sostenible por años de experiencia | 52 |
| Figura 9. Acciones sostenibles por género..... | 53 |
| Figura 10. Acciones sostenibles por nivel de estudio | 54 |
| Figura 11. Acciones sostenibles por tipo de empresa..... | 55 |
| Figura 12. Acciones sostenibles por años de experiencia..... | 56 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|--|----|
| Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC..... | 70 |
| Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas | 72 |
| Anexo 3. Formato de la encuesta | 73 |

| | |
|--|----|
| Anexo 4. Acción empresarial | 74 |
| Anexo 5. Objetivos de Desarrollo Sostenible..... | 75 |

RESUMEN

Este informe responde a la problemática: ¿Cuál es la capacidad de los empresarios para llevar a cabo emprendimiento sostenible en el sector comercial en Carchi?, con el objetivo de identificar si los empresarios tienen la capacidad para ofertar un producto o servicio sostenible, esta investigación se sustentó con base teórica del comportamiento planificado y la teoría acción empresarial, utilizando una metodología descriptiva con un enfoque cuantitativo, encuestando a los empresarios de los 6 cantones de la provincia del Carchi, considerando un total de 3343 empresarios, obtenido una muestra de 345 con un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5%, y una probabilidad de ocurrencia del 50% y 50%. Los empresarios del sector comercial en Carchi no presentan capacidad para llevar a cabo los emprendimientos sostenibles aceptando la hipótesis nula. Los resultados reflejan que a pesar de reconocer la necesidad de identificar un producto o servicio sostenible no llevan a cabo acciones al respecto, debido a que consideran la sostenibilidad como algo agradable de tener, pero no como una herramienta estratégica de gestión. Determinado que perciben a la sostenibilidad como un gasto económico que no es retribuido, por ello, los empresarios muestran indiferencia hacia la sostenibilidad. Se concluye que el 1,50 nivel promedio de acuerdo y desacuerdo, demuestra una percepción indiferente, por lo tanto, se aprueba la hipótesis nula donde implica que los empresarios demuestran una actitud indiferente hacia los productos y servicios sostenibles.

Palabras Claves: Capacidad empresarial, Ejes de la Sostenibilidad, indiferencia, Sector Comercial, empresarios, emprendimiento.

ABSTRACT

This report aims to address the issue of whether entrepreneurs in the commercial sector in Carchi can undertake sustainable entrepreneurship. The main objective is to identify if entrepreneurs can offer sustainable products or services. The research is based on the theoretical framework of planned behavior and the theory of business action, using a descriptive methodology with a quantitative approach. The study surveyed businesspeople from the 6 cantons of the province of Carchi, where a total of 3343 businesspeople were considered. A sample of 345 was obtained with a confidence level of 95%, an error margin of 5%, and a probability of occurrence of 50% and 50%. The results indicate that entrepreneurs in the commercial sector in Carchi are not capable of carrying out sustainable ventures. Although they recognize the importance of identifying sustainable products or services, they do not take the necessary action. Entrepreneurs perceive sustainability as something nice to have but not as a strategic management tool. They believe that sustainability is an economic expense that is not remunerated, which is why they show indifference towards sustainability. The study concludes that the average level of agreement and disagreement of 1.50 demonstrates an indifferent perception towards sustainable products and services. Therefore, the null hypothesis is approved, which implies that entrepreneurs demonstrate an indifferent attitude toward sustainable products and services.

KEYWORDS: Entrepreneurial capacity, Axes of Sustainability, Indifference, Commercial Sector, Entrepreneurs, Entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se realizó un análisis sobre la capacidad de los empresarios del sector comercial en Carchi para llevar a cabo emprendimientos sostenibles. El primer capítulo presenta la relevancia de la problemática relacionada con la capacidad empresarial para emprender de manera sostenible en el sector comercial de Carchi. Se señala la importancia y relevancia de la investigación. Las preguntas de investigación se presentan como guía para analizar los distintos aspectos de la capacidad empresarial para emprender sosteniblemente.

En el segundo capítulo, se desarrolla el estado del arte y la fundamentación teórica a través de la conceptualización de las teorías relevantes que respaldan la conexión entre la capacidad empresarial y la sostenibilidad de los emprendimientos. Mediante estudios, teorías y datos que proporcionan una sólida fundamentación para la investigación.

El tercer capítulo detalla la metodología exclusiva del enfoque cuantitativo utilizado en esta investigación. Se describe cómo se llevaron a cabo las encuestas y el análisis de datos cuantitativos para evaluar la capacidad de los empresarios del sector comercial en Carchi sobre llevar a cabo emprendimientos sostenibles. La recolección de información se centró en obtener datos numéricos que permitieran analizar de manera objetiva la capacidad empresarial.

En el cuarto capítulo, se presentan los resultados obtenidos a través de la encuesta a los empresarios de los 6 cantones del Carchi, destacando de manera clara y objetiva los datos obtenidos. Posteriormente los resultados se discuten en relación con las teorías fundamentales, permitiendo una triangulación efectiva entre la base teórica, los hallazgos y el criterio de las investigadoras.

Finalmente, el quinto capítulo ofrece conclusiones basadas en los resultados más destacados, en similares condiciones se presentan recomendaciones específicas sobre la capacidad empresarial del sector comercial en Carchi. Enfatizando en la importancia de fortalecer la sostenibilidad de los emprendimientos como un aspecto fundamental para el dar cumplimiento a los ejes de la sostenibilidad.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El propósito de esta investigación es determinar la viabilidad de la sostenibilidad para el sector comercial en Carchi. A partir de los hallazgos obtenidos, se elaborarán recomendaciones específicas para los empresarios, con el objetivo de fomentar y facilitar la comercialización de productos o servicios con un enfoque sostenible. De esa manera, a nivel internacional en una clasificación de 40 países, en el análisis de las condiciones sistémicas para llevar a cabo emprendimientos sostenibles como

prácticas productivas sostenibles, relaciones de cadena de valor, actividades amigables con la biodiversidad, la conservación y el manejo sostenible de los recursos naturales varían de moderadas a decrecientes, donde Estados Unidos lidera con una puntuación de 64.55, mientras que Chile se posiciona como el primer país latinoamericano en el puesto 21 con una puntuación de 34.45, y Ecuador es el penúltimo de la lista con una puntuación de 21.23 (ICSEd-Prodem, 2021).

En similares condiciones, Sepulveda y Gutiérrez (2016), señalan que en el panorama mundial el emprendimiento se clasifica en tres grupos: economía basada en factores productivos, economía basada en eficiencia y economía basada en innovación. En este contexto, Ecuador se sitúa en el segundo grupo, registrando un promedio del 11.2% de actividad emprendedora temprana, no obstante China se destaca en este grupo, exhibiendo un notable crecimiento económico constante del 18.8% en la última década.

Por lo tanto, la posición de Ecuador en el grupo de eficiencia demuestra que las acciones empresariales se centran en el enfoque de la rentabilidad a corto plazo en lugar de considerar la sostenibilidad a largo plazo. No obstante, países como China reflejan la importancia de la innovación como un componente clave para el crecimiento económico sostenible.

En Ecuador, el 22,7% de los emprendedores inician sus negocios al identificar una oportunidad en el mercado, mientras que el 12,1% emprende por necesidad. Estos datos estadísticos colocan a Ecuador con la tasa más elevada de emprendimientos motivados por necesidad en comparación con otros países, superando a Perú que tiene un 5,25% y a Brasil con el 4,95%. Además, 1 de cada 3 ecuatorianos elige emprender, sin embargo, el 90% de estos emprendimientos no logran sobrevivir más allá de los 3 primeros años de actividad empresarial, debido a que, las condiciones para generar emprendimientos sostenibles son insuficientes no solamente para los requerimientos de creación, sino también para su crecimiento y permanencia en el tiempo (Lasio et al., 2020).

En ese sentido, Rodríguez (2022), señala que la problemática de la capacidad empresarial en Ecuador es que no se considera viable llevar a cabo emprendimientos sostenibles debido a algunas falencias empresariales que inciden negativamente en la sostenibilidad, como son:

El desconocimiento de los procedimientos tributarios, el registro en el Servicio de Rentas Internas y el cumplimiento de impuestos, junto con la falta de acuerdos comerciales y resoluciones gubernamentales que respalden la sostenibilidad, dificultan la creación de emprendimientos sostenibles en Ecuador. La implementación de canales comerciales en línea, el fortalecimiento de las bases de clientes y la mejora en los productos y la distribución se ven obstaculizados por la escasez de conocimientos y recursos. Estos desafíos limitan la expansión comercial, la competitividad y el éxito a largo plazo de los emprendimientos en el país. (p. 3)

Además, en los reportes de sostenibilidad de las empresas a nivel nacional, se refleja que el 75% de los grupos económicos no implementan la sostenibilidad en sus empresas. Tan solo un 10% refleja localmente acciones sostenibles de sus operaciones, pero dentro de este porcentaje, se incluyen empresas que forman parte de grupos multinacionales. En ese sentido, los grupos económicos que no poseen aspectos de sostenibilidad son las empresas del sector comercio mayorista y minorista, la manufactura, la construcción, la pesca y la acuicultura (Rodríguez, 2020).

De tal manera, se logró establecer que la capacidad empresarial en Ecuador y particularmente en Carchi, perciben a la sostenibilidad como algo no viable, dado

que, los datos indican que los empresarios del sector comercial enfrentan diversas dificultades para lograr el cumplimiento de los ejes de la sostenibilidad en las áreas anteriormente mencionadas.

En base a lo expuesto, esta información proporciona una visión de la realidad que, por un lado, parece alentadora debido a la capacidad emprendedora de los ecuatorianos; sin embargo, también se reveló la vulnerabilidad de estos emprendimientos que surgen como respuesta a la necesidad de empleo y que presentan una estructura empresarial frágil y con tecnología desactualizada, o que los hace susceptibles en términos de competitividad y sostenibilidad. En ese sentido, Jaramillo (2022), señala que "entre enero y agosto de 2022, se crearon 13.179 nuevas empresas en Ecuador, siendo un 23% más que en 2021" (p. 1). Lo cual indica, que el país va camino a alcanzar un récord histórico de constitución de más de 22.000 nuevas empresas, pero se enfrentan al desafío de fortalecer los aspectos que actualmente son debilidades y que no permiten generar actividades sostenibles en el sector comercial en Ecuador y en similares condiciones en Carchi.

De ese modo, se determina que los emprendimientos en Carchi muestran una escasa innovación en sus procesos de negocio, debido a que las actividades económicas predominantes, como el comercio al por mayor y menor, el transporte y servicios de alimentación, así como las actividades tradicionales vinculadas a la agricultura y la ganadería, no están alineadas con una visión de sostenibilidad a largo plazo. Los empresarios del sector comercial en Carchi perciben una débil viabilidad de la sostenibilidad, ya que no fomentan la creación de empresas sólidas en términos de transformación industrial y no presentan perspectivas claras de adaptación a prácticas más responsables con el medio ambiente y la sociedad.

Entonces la generación de emprendimientos en Carchi presenta una perspectiva arraigada en lo tradicional, evidenciando una baja competitividad y una alta rivalidad en el mercado, además, las actividades emprendedoras carecen de enfoques sostenibles, así como Tapia (2022), manifiesta que:

Los desafíos principales de los emprendedores son la intensa competencia tanto dentro como fuera del mercado y en sus cercanías. Asimismo, se identifica la informalidad como un problema significativo, debido a que muchos nuevos emprendedores optan por iniciar sus actividades sin formalizarse inicialmente en

un establecimiento fijo, es decir, prefieren emprender de manera más flexible, lo cual dificulta el logro de criterios sostenibles. (p. 10)

De esa manera, se describe que el sector comercial de la provincia de Carchi tiene un total de 3,343 empresarios, mismos que están distribuidos en los 6 cantones, según la base de datos oficiales del (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2022). Tulcán tiene 2,219 empresarios que representan el 66,39%, San Pedro de Huaca 122 empresarios, que representan 3,64%, Montufar tiene 487 empresarios, que representan el 14,57%, Mira tiene 201 empresarios, que representan el 4,76%, Espejo tiene 155 empresarios que representan el 7% y Bolívar tiene 159 empresarios, que representan el 3,64%.

El comercio en la provincia de Carchi es la principal fuente de ingresos, aportando alrededor del 30% del total, seguido por el transporte y la agricultura. En conjunto, estas tres actividades representan el 80% de los ingresos provinciales. A pesar de esto, la viabilidad del desarrollo emprendedor en la provincia es baja. De ese modo Jiménez (2017), menciona que:

Las medidas para proteger la economía del sector comercial en Carchi no son lo suficientemente efectivas, ante la constante vulnerabilidad por la proximidad de la provincia a un país con precios más competitivos, lo cual afecta negativamente al comercio de manera continua. (p.12)

En ese sentido, Álvarez et al. (2017), menciona que los emprendedores en la provincia del Carchi enfrentan una serie de obstáculos para considerar viable la sostenibilidad, como son el escaso acceso a financiamiento, la débil capacitación de actividades sostenibles y la competencia desleal. Además, Flores y Martínez (2020), mencionan que el poco apoyo gubernamental y el escaso acceso a financiamiento son los principales problemas que enfrentan los emprendedores en la provincia del Carchi, por lo tanto, el problema se identifica en la débil capacitación en temas de sostenibilidad, marketing sostenible, interpretación de estados financieros sostenibles, mientras que Alvarado et al. (2020), sostiene que los emprendedores en Carchi tienen el desafío de implementar prácticas sostenibles debido a los escasos recursos y conocimientos técnicos.

Por otro lado, Alarcón y Ordóñez (2015), manifiestan que las causas de que los empresarios perciban poco viable los emprendimientos sostenibles se deben a la dificultad de conseguir trabajo, la continua miopía mercadológica, el inadecuado manejo de créditos y cobranzas, entre otros, lo cual ha generado como efecto, escasa experiencia empresarial, débil liderazgo y planificaciones ineficientes. En definitiva, según los argumentos expuestos los empresarios en Carchi presentan diversos desafíos para generar emprendimientos sostenibles.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la percepción sobre la capacidad de los empresarios para llevar a cabo un emprendimiento sostenible en el sector comercial en Carchi?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación sobre la capacidad empresarial hacia la sostenibilidad es importante por su contribución al desarrollo social y económico de la provincia donde se lleva a cabo. Considerando que el estudio se basó en reconocer la nueva tendencia hacia emprendimientos sostenibles, mediante el conocimiento adecuado y oportuno sobre la inclinación de los empresarios hacia prácticas emprendedoras sostenibles, en medio de las presiones del entorno externo para emprender acciones que generen formas innovadoras de hacer negocios, con una perspectiva clara hacia la sostenibilidad.

Además, es fundamental estudiar la viabilidad percibida de la sostenibilidad por los empresarios del sector comercial en Carchi ya que, su capacidad influye en el desarrollo económico, social y ambiental. Entonces la identificación de las barreras y oportunidades de las prácticas comerciales responsables busca promover actividades empresariales que respondan a las necesidades presentes sin comprometer las capacidades de las futuras generaciones.

De ese modo, la investigación es relevante porque se orienta a fomentar que las actividades empresariales en Carchi contribuyan al logro del Objetivo 8 de la Agenda (2030), la cual, busca promover un crecimiento económico inclusivo y sostenible, así como el pleno empleo, la productividad y el trabajo decente para todos. Además, sea un aporte en el cumplimiento del Objetivo 12, que propone producir más con menores recursos para garantizar un consumo y producción sostenibles.

La investigación se alinea con los esfuerzos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, aportando nuevas perspectivas sobre cómo innovar en la creación de empresas. De ese modo, el estudio se fundamenta en consideración al Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, el cual propone la creación de oportunidades y el respeto a la sostenibilidad mediante directrices de gobernanza. Por lo tanto, la justificación de este estudio se basó en el propósito de generar conocimiento sobre la capacidad empresarial hacia la sostenibilidad.

Igualmente, la investigación permitió determinar si la capacidad empresarial hacia el emprendimiento sostenible en el Carchi es favorable o desfavorable para el desarrollo comercial. En este sentido, los beneficiarios directos de esta investigación son los emprendimientos del sector comercial, quienes, a través de los resultados obtenidos pueden contar con una guía para el desarrollo de actividades sostenibles y los beneficiarios indirectos vienen siendo todas aquellas personas que adquieren los diversos productos o servicios.

De esa manera, la presente investigación se justifica al involucrarse directamente con la línea de investigación de microempresa, economía social y solidaria, y es viable por lo cual se aborda de forma pertinente como un aporte importante para la generación de nuevo conocimiento académico.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- Analizar la percepción sobre la capacidad de los empresarios del sector comercial para llevar a cabo un emprendimiento sostenible en Carchi.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Definir la capacidad de los empresarios para generar productos o servicios sostenibles.
- Determinar la capacidad de los empresarios para la gestión financiera sostenible.
- Establecer la capacidad de los empresarios para llevar a cabo acciones de sostenibilidad.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es la capacidad de los empresarios para generar productos o servicios sostenibles?
- ¿Cuál es la capacidad de los empresarios para la gestión financiera sostenible?
- ¿Cuál es la capacidad de los empresarios para llevar a cabo acciones de sostenibilidad?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación de Tapia (2022), titulada "Emprendimiento y la capacidad empresarial de Jóvenes emprendedores del Mercado San Camilo, Arequipa 2022", se desarrolló con el propósito de determinar la relación entre Emprendimiento y Capacidad empresarial de jóvenes emprendedores. Para tal efecto se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo y la recolección de datos se los realizó a través de encuestas por medio de cuestionarios. Los resultados establecen que el emprendimiento y la capacidad empresarial de los jóvenes emprendedores es débil. En ese sentido, se concluye que los jóvenes deciden emprender para resolver sus propias necesidades.

El artículo científico de Urgilés, G y Urgilés, E (2021), denominado "Economía Pos-Pandemia para el sector comercial en el Carchi", señala que el sector comercial es la principal fuente de ingresos en la provincia del Carchi, destacando su conexión con la naturaleza fronteriza de la región. Dado que la provincia experimenta un significativo flujo de importaciones y exportaciones, especialmente en la venta mayorista de alimentos y vehículos, gracias al impulso generado por el comercio fronterizo que activa la economía local. No obstante, la falta de control afecta la competitividad de los comerciantes, ya que los productos tienden a encarecerse en comparación con los ofrecidos por el comercio informal o los que ingresan ilegalmente a través de la frontera. Los resultados del estudio indican que la pandemia afectó tanto al país en su conjunto como a la provincia del Carchi durante los meses de confinamiento, aunque se observa una recuperación gradual de las actividades económicas.

El artículo científico de Rodríguez (2022), titulado "Gestión empresarial en el desarrollo de capacidades docentes que impulsen el emprendimiento sostenible", tiene como propósito evidenciar cómo la implementación del programa de gestión empresarial puede impulsar el emprendimiento sostenible entre los profesores en las Unidades Educativas de Guayaquil, Ecuador, durante el año 2021. Para lograr esto, se empleó

una metodología basada en la investigación cuasiexperimental con un enfoque cuantitativo. Los resultados más notables indicaron que, en la evaluación inicial del grupo experimental, el 21.1% se encontraba en el nivel medio y el 78.9% en el nivel alto. En consecuencia, se puede concluir que la efectividad del programa en términos sociales y educativos contribuye de manera significativa al bienestar general de la sociedad.

La investigación de Camino (2018), titulada “Sostenibilidad de los emprendimientos del sector comercial de Santa Rosa, el Oro periodo 2016 – 2018”, tuvo como propósito medir el impacto de la sostenibilidad de los emprendimientos en el sector comercial de la ciudad de Santa Rosa, Provincia de El Oro. La metodología de investigación que se aplicó fue de tipo cuantitativo con alcance descriptivo-explicativo, además, se aplicaron encuestas y entrevistas. Los resultados señalan que los emprendimientos creados en la ciudad de Santa Rosa no son una fuente de desarrollo económico estable, dado que el 93,30% de los encuestados afirman que sus negocios no son una fuente de riqueza. De ese modo se concluye determinado que existe una falsa idea de conocimiento en la aplicación de estrategias de ventas por lo que su aplicación es netamente empírica, y la mayoría de los dueños de los emprendimientos no cuenta como un mínimo de capacitación en ventas.

La investigación realizada por Viveros et al. (2022), titulada “*Orientación empresarial y personalidad del emprendedor*”, tuvo como objetivo llevar a cabo una caracterización de los emprendedores basada en su ubicación y contexto. Para lograr este propósito, se empleó una metodología de enfoque cuantitativo, específicamente descriptiva, transversal y no experimental. Los resultados revelan que tanto los emprendedores de Carchi como los de Pasto han enfrentado dificultades en la operación de sus negocios debido a una gestión deficiente en la cadena de suministro, los canales de comercialización y la implementación de nuevos métodos para el teletrabajo. Se concluye que no estaban preparados para afrontar un escenario en el que prevalecen las restricciones de movilidad.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Teoría del comportamiento planificado

El comportamiento planificado según Mair y Noboa como se citó en Schaltegger et al. (2018), afirman que es una teoría que busca fomentar emprendimientos sostenibles mediante cuatro antecedentes; primero la empatía con el fin de enseñar actitudes; el juicio moral con el fin de formar en normas sociales; seguido de la autoeficacia para educar en el comportamiento interno y finalmente el apoyo social, con el propósito de conformar el control externo. De ese modo, la actuación de los emprendedores será favorable frente a la sostenibilidad y viabilidad.

La teoría del comportamiento planificado casi siempre se refiere a lo ambiental, pero también incluye el aprovechar el dinamismo empresarial para promover el desarrollo y reducir la pobreza, es decir, involucra términos como eco emprendimiento, emprendimiento social y emprendimiento empresarial, donde el aspecto social del emprendimiento sostenible, tiene que ver con el comportamiento de las empresas en aspectos sociales y éticos, como la gestión del recurso humano, derechos humanos, trabajo infantil, género, discriminación, participación de los trabajadores en beneficios de la empresa, corrupción; lo medioambiental implica productos limpios, eco eficiencia, desarrollo tecnológico sostenible, eco diseño y el tercer aspecto tiene que ver con los resultados financieros de la empresa (Rodríguez, 2016).

2.2.2. Como explica la Teoría del comportamiento planificado al emprendimiento sostenible

La Teoría del Comportamiento Planificado, explica el emprendimiento sostenible como actitudes positivas hacia la sostenibilidad, a través de las normas subjetivas relacionadas con las expectativas de la red social o profesional y el control percibido sobre la capacidad de implementar prácticas sostenibles. Según esta teoría, los individuos que valoran y creen en la importancia de la sostenibilidad están más inclinados a iniciar y mantener negocios que integren prácticas económicas, ambientales y sociales responsables. Además, si perciben que hay una expectativa social de adoptar prácticas sostenibles y se sienten capacitados para superar los desafíos asociados, es más probable que se comprometan activamente con el emprendimiento sostenible (Ordoñez et al., 2021).

2.2.3. El desarrollo de la sostenibilidad mediante el comportamiento planificado de las empresas

Según Cohen y Winn, (2007), plantean la postura de que se debe entender a la sostenibilidad como un concepto integrador entre los aspectos económicos, la equidad social y la resiliencia ambiental, la cual ofrece la posibilidad de brindar soluciones y oportunidades para la actual y futura población.

Adicionalmente, Cohen y Winn (2007), expresan que el emprendimiento sostenible se define como la exploración dirigida a descubrir y crear oportunidades para la generación de futuros bienes y servicios. Por lo tanto, resulta esencial identificar a los emprendedores responsables de este proceso y comprender las implicaciones psicológicas, sociales, ambientales y económicas asociadas.

El desafío que existe en los emprendimientos empresariales sostenibles es la innovación por la cual se conducen a formas de vida y desarrollo más sostenibles, ya que se desplazan prácticas no sostenibles que se sustituyen por modelos de negocio. Por lo tanto, se requiere tecnologías sostenibles, identificación y explotación de las imperfecciones del mercado en el entorno natural para conducir a los emprendimientos al logro de rentas empresariales y mercados más sostenibles (Cohen y Winn, 2007).

En similares condiciones López (2012), manifiesta que existen tres tipos de motivaciones que permiten a los gerentes de diferentes empresas poner en marcha actividades ecológicamente sostenibles. En primer lugar, la necesidad de legitimación social, en segundo lugar, la búsqueda de la competitividad que posibilite optimizar la eficiencia y, en tercer lugar, la necesidad de adaptarse a las normas éticas y culturales de la sociedad, donde se encuentra establecida la empresa y se centra en actividades productivas que llevan a cabo las empresas dentro de un marco de responsabilidad social corporativa.

2.2.4. La teoría de la acción empresarial como factor de la sostenibilidad

La acción empresarial de acuerdo con McMullen y Shepherd (2006), es un modelo que permite explicar la variación entre los empresarios y su capacidad para reconocer las oportunidades de desarrollo sostenible, además, propone que la probabilidad de reconocer oportunidades de desarrollo sostenible

empresarial aumenta con el conocimiento previo de los individuos sobre el entorno natural y comunitario, con la motivación de obtener utilidades personales y para para otros.

Al respecto, Shane (2000), señala que la acción empresarial se fortalece cuando los dirigentes poseen el conocimiento empresarial para atender los mercados y los problemas de los clientes, ver figura, en anexo 4.

De ese modo, Zahra et al. (2014), expresa que "La acción empresarial se relaciona con la explotación de oportunidades para el cambio y la mejora social" (p. 4), Sin embargo, los empresarios no se enfocan en el reconocimiento de oportunidades de desarrollo sustentable, por lo tanto, las intenciones y decisiones para explotar esas oportunidades siguen siendo una teoría sin aplicabilidad que beneficie al desarrollo sostenible.

2.2.5. La capacidad empresarial en el desarrollo de actividades sostenibles

Según Rodríguez (2019), determina que se compone por la innovación y la creatividad en asumir riesgos y vencer todos los obstáculos, para convertirlos en soluciones, asumiendo el reto del cambio tecnológico en el trabajo mediante un proceso digital prioritario.

Del mismo modo Reyes y Hidalgo, (2020), expresan que:

La capacidad empresarial es un esfuerzo de interacción que genera beneficios en los emprendedores, para que esta sea exitosa, mostrando una actitud positiva antes las adversidades y situaciones de riesgos. Es decir, un emprendedor con una actitud empresarial conseguirá grandes negociaciones y una productividad con resultados positivos. (p.3)

La capacidad empresarial implica la habilidad de organizar y establecer unidades de producción de bienes y servicios de diferentes escalas, adaptándose a las condiciones sociales, económicas, tecnológicas y políticas del momento. Además, no solo se limita al establecimiento inicial, sino también a la capacidad de mantener, expandir, evolucionar, diversificar y transformar con éxito una empresa ya establecida en el mercado (Barriga, 2012).

La capacidad empresarial según Barriga (2012), se manifiesta a través de diversos indicadores que reflejan el desempeño de cada empresa, como son:

- Incremento en la inversión
- Aumento en el volumen de ventas a nivel nacional
- Introducción de nuevos productos
- Generación de nuevos empleos
- Incremento en los salarios pagados
- Ampliación de la cobertura de mercado
- Aumento en el valor de las acciones o participaciones de los propietarios
- Crecimiento en las utilidades
- Aumento en los impuestos pagados
- Expansión de las exportaciones
- Incremento en la producción per cápita
- Mejora en la productividad promedio
- Aumento en los gastos de capacitación
- Aumento en los gastos de investigación y desarrollo de productos
- Reducción de costos
- Mejoras en la calidad del producto
- Mejoras en el diseño del producto
- Control de desperdicios. (p. 3)

Por lo tanto, la capacidad empresarial exitosa se basa en desenvolvimiento favorable de los indicadores señalados, que contribuyen al crecimiento económico de la empresa.

2.3. Dimensiones que se consideran para un emprendimiento sostenible

2.3.1. Productos o servicios hacia la sostenibilidad

Los productos o servicios sostenibles buscan reducir los impactos ambientales asociados con la fabricación y comercialización, siendo una herramienta técnica aplicable a productos y servicios con el objetivo primordial de minimizar su impacto en el medio ambiente. Además, es un medio útil y facilitador para fomentar la eco innovación en más sostenibles, eficientes y respetuosos con el entorno (Dopazo 2023).

Para que el empresario identifique productos o servicios sostenibles deben tener en cuenta las siguientes afirmaciones: Identificación de la necesidad de un producto/servicio sostenible, diseño de un producto o servicio sostenible, la explicación de ideas sostenibles, identificación y creación de visiones sostenibles, delegación de tareas de sostenibles, la contratación de empleados que practiquen sostenibilidad y deben tratar los problemas de sostenibilidad (McGee et al., 2009).

2.3.2. Gestión Financiera hacia la sostenibilidad

Una correcta administración financiera posibilita organizar las acciones económicas que llevarán a cabo durante el año, con el propósito de anticipar posibles eventualidades que podrían surgir durante su ejecución. De este modo, se busca que las empresas perduren en el tiempo al ser gestionadas de manera sostenible (Auquilla, 2019).

El autor McGee et al. (2009) establece cuatro afirmaciones para la dimensión de gestión financiera hacia la sostenibilidad.

- Estimo fondos para un negocio sostenible.
- Leo e interpreto estados financieros.
- Organiza y mantiene registros financieros.
- Gestiona los activos financieros.

2.3.3. Acciones hacia la sostenibilidad

Las acciones de sostenibilidad empresarial son las iniciativas que las empresas implementan para proteger el medio ambiente, mejorar las condiciones sociales y garantizar la viabilidad económica a largo plazo. Además, estas acciones buscan promover y mantener un equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social (Valencia y Esquivel, 2022).

Motivar a los empleados hacia la Sostenibilidad, establecer contacto sobre cuestiones de Sostenibilidad, formar a los empleados para la sostenibilidad, estimar la demanda de los clientes y diseñar la campaña de marketing/publicidad, son afirmaciones del autor McGee et al. (2009) para la dimensión de acciones hacia la sostenibilidad

2.4. El desarrollo sostenible como factor de la capacidad empresarial

De acuerdo con Leal (2016), como se citó Madroñero y Guzmán (2018), define el desarrollo sostenible como:

Aquella mejora en la calidad de vida humana que no excede la capacidad de carga de los ecosistemas que sustentan la vida. Esto implica una falta de autonomía, ya que la supervivencia humana obliga a la explotación de los ecosistemas. En otras palabras, el desarrollo sostenible es un término empleado con la intención de abordar una amplia gama de componentes interrelacionados, reconociendo que el éxito depende de la relación entre estos componentes, lo cual no es una tarea sencilla. (p. 5)

En ese sentido, la definición de desarrollo sostenible permite comprender la relación directa que tiene con el emprendimiento sostenible en el sector comercial en Carchi, dado que la presente investigación busca determinar la capacidad de los empresarios locales para llevar a cabo actividades empresariales de forma favorable en términos económicos, sociales y ambientales.

2.4.1. ¿Desarrollo sostenible o desarrollo sustentable?

Es esencial examinar estos conceptos, ya que no se puede pasar por alto la controversia surgida en torno a la terminología Desarrollo Sostenible o Desarrollo Sustentable. En este sentido, Leal (2016) explica:

Que la principal diferencia entre ambos términos radica en que son sinónimos en el ámbito del desarrollo medioambiental, variando únicamente geográficamente. Desde la perspectiva europea se utiliza sostenible, mientras que desde la perspectiva americana se emplea sustentable. Esta diferencia se relaciona con una traducción incorrecta del término y se convierte en un tecnicismo desde el punto de vista lingüístico. (p. 6)

Igualmente, Madroñero y Guzmán (2018), mencionan que, en las naciones desarrolladas como América del Norte, se inclinan hacia la búsqueda de un desarrollo sustentable, centrando sus esfuerzos en el crecimiento económico como la estrategia principal para mejorar la calidad de vida de su población. Esto implica garantizar el acceso a alimentos, vivienda y vestimenta.

En contraste, la perspectiva europea concibe la interacción entre ser humano y medio ambiente como la evolución y mejora de las condiciones de vida, así como las relaciones entre individuos, grupos e instituciones que componen el entramado social de una nación o región. En esta visión se abarcan aspectos como la salud, la educación, la vivienda, la seguridad social, el empleo, y la reducción de los niveles de pobreza y desigualdad (Madroñero y Guzmán, 2018).

2.4.2. Los pilares de la sostenibilidad

El Desarrollo Sostenible, según Martínez (2014), propone tres pilares fundamentales:

- Económico
- Social
- Ambiental. (p. 4)

Entonces, al unir los tres pilares se tiene como resultado las siguientes dimensiones de sostenibilidad:

- Equidad
- Soportable
- Viable

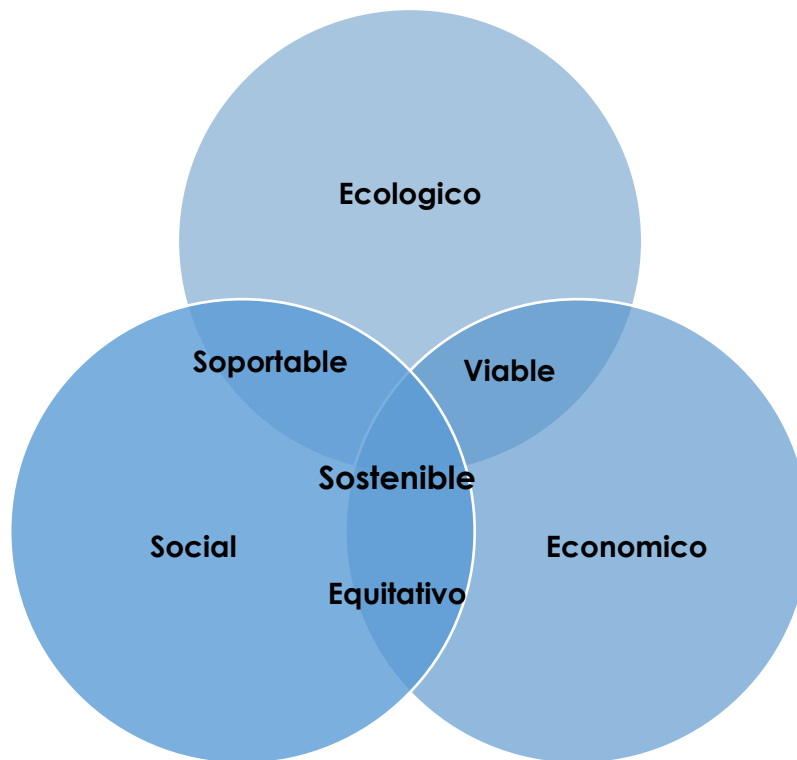


Figura 1. Pilares de la sostenibilidad
Fuente: Martínez (2014).

A continuación, según Martínez (2014), se describen cada uno de Pilares de la sostenibilidad:

Lo ecológico: Este pilar da de la premisa de que el futuro del desarrollo depende de la capacidad que tengan los actores como las instituciones y los diversos agentes económicos para conocer y manejar, según una perspectiva de largo plazo, todo lo que está enmarcado con los recursos naturales renovables y no renovables. (p. 20)

Lo social: La dimensión social del Desarrollo Sostenible busca asegurar que las generaciones venideras gocen de oportunidades iguales o superiores a las generaciones anteriores. Esto implica que la economía, a través de incentivos, facilite la mejora en la educación, el conocimiento y la innovación. Dentro de esta dimensión social, se encuentra implícito el concepto de equidad, que tiene en cuenta los costos del desarrollo económico actual en relación con las necesidades de las generaciones futuras. (p. 21)

Lo económico: El objeto de la economía es estudiar la correcta distribución de los recursos escasos para satisfacer las necesidades del ser humano. (p, 22)

Adicionalmente, según Martínez (2014), expresa que el componente económico aborda los siguientes aspectos:

- La manera en que se determinan los precios de bienes y factores productivos como el trabajo, el capital y la tierra.
- Las repercusiones de la intervención estatal en la sociedad y su impacto en la eficiencia del mercado.
- La evolución de los ciclos económicos, sus causas, las variaciones en el desempleo y la producción, así como las medidas necesarias para mejorar el crecimiento económico a corto y largo plazo.
- El desarrollo económico de los países en desarrollo. (p. 27)

De ese modo, dichos pilares explican la sostenibilidad señalando que, no solo se trata de la preservación del medio ambiente, sino también de considerar aspectos sociales y económicos para alcanzar un desarrollo integral y duradero. Por ello, se busca comprender en la presente investigación los desafíos y oportunidades que enfrenta el sector comercial en Carchi para tener emprendimientos sostenibles.

Para una mejor comprensión de los pilares de la sostenibilidad se procede describir los siguientes conceptos:

2.4.2.1. Concepto de emprendimiento sostenible.

Se afirma que el emprendimiento sostenible se fundamenta en modelos de mercado donde además de analizarse el mercado en relación con los ingresos se preserva el medio ambiente y se desarrollan prácticas algunas ambientales y otras sociales que han permitido resolver problemas de diversa índole (Moya et al., 2020).

2.4.2.2. Concepto de sostenibilidad.

Se entiende a la sostenibilidad como un concepto integrador entre los aspectos económicos, la equidad social y la resiliencia ambiental que ofrece la posibilidad de brindar soluciones y oportunidades para todos (Cohen y Winn (2007)).

2.4.2.3. Emprendimiento Sostenible.

Un emprendimiento sostenible se define como una serie de actividades innovadoras que se orientan hacia la mejora de una situación crítica o la creación de algo nuevo,

sin depender exclusivamente de los recursos disponibles en el entorno. Estas acciones creativas, inherentes al emprendimiento, están completamente ligadas al capital humano, el cual asume la responsabilidad de concebir ideas estratégicas con la capacidad de transformar situaciones que afectan el adecuado funcionamiento de las empresas (Pitre et al., 2017).

Además, Según Chirinos et al. (2016), el emprendimiento sostenible se empodera y dignifica al ser humano, al posibilitar la inclusión laboral en comunidades catalogadas como vulnerables, permitiendo generar trabajo por cuenta propia. Del mismo modo, Arboleda y Zabala (2011), afirman que el emprendimiento sostenible permite el arraigo territorial, la cooperación y la autodeterminación para que los empresarios puedan planificar, ejecutar y controlar desde toma de decisiones empresariales la sostenibilidad.

De ese modo Chirinos et al. (2018), establecen que un determinante del éxito de los emprendimientos sostenibles en las comunidades vulnerables es la asistencia, orientación y asesoría del Estado en territorio a través de las instituciones educativas y empresas públicas o privadas.

Entonces, a manera de análisis de esas perspectivas, se determinan elementos que enfatizan en la satisfacción de las necesidades de las personas en un entorno específico. Mientras que el papel de los emprendimientos frente a la demanda de prácticas ambientales debe ser socialmente responsable (Camargo et al., 2021).

De igual manera, Moya et al. (2020), afirma que el emprendimiento sostenible se fundamenta en modelos de mercado, donde además de analizarse el mercado en relación con los ingresos se preserva el medio ambiente y se desarrollan prácticas ambientales y sociales que permitan resolver los problemas de diversa índole.

El emprendimiento sostenible se establece como una oportunidad de negocios que permiten desarrollar productos y servicios con enfoque al desarrollo sostenible en el entorno ambiental, social y económico; promoviendo valores que garanticen un emprendimiento viable.

2.4.3. La Agenda 2030

Los Agenda 2030, representa un programa de iniciativas en apoyo a las personas, el medio ambiente y el bienestar económico. Además, busca consolidar la paz mundial en el marco de una noción más integral de la libertad. Se reconoce que la eliminación de la pobreza en todas sus manifestaciones, incluida la extrema, es el desafío más significativo que enfrenta el mundo y es un requisito esencial para lograr el desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 2015).

2.4.3.1. Objetivos de Desarrollo Sostenible

El objetivo 8 del Plan de Desarrollo Sostenible 2030: Busca impulsar la creación de empleo significativo y productivo, garantizando condiciones laborales justas y seguras para todos. Asimismo, busca fomentar la innovación y el desarrollo tecnológico, así como el acceso equitativo a oportunidades económicas (Naciones Unidas, 2015).

El objetivo 12 del Plan de Desarrollo Sostenible: Tiene como propósito fomentar prácticas responsables en el uso de los recursos naturales, reducir la generación de residuos y promover la eficiencia en el manejo de estos. Asimismo, aspira a sensibilizar a la sociedad acerca de la importancia de adoptar patrones de consumo más conscientes y sostenibles (Naciones Unidas, 2015).

También Schaltegger et al. (2018), menciona que los objetivos de desarrollo sostenible se puedan realizar en su totalidad con la inclusión de soluciones integrales para los desafíos de la sostenibilidad, teniendo en cuenta la interdependencia que existe entre los diferentes sectores sociales y niveles de gobierno; además de considerar que la naturaleza y los desafíos de la sostenibilidad requieren de una cooperación disciplinaria que pueda incluir a todos los actores.

En ese sentido, los empresarios deben estar motivados por algo más que el beneficio económico y personal para establecer emprendimientos sostenibles,

De acuerdo con factores que van más allá de las variables de conocimiento y motivación para el reconocimiento de las oportunidades de desarrollo sostenible. De ese modo, Ozgen y Baron (2007), determinan los siguientes criterios:

- **Proposición 1:** Cuanto mayor sea el conocimiento de los empresarios sobre el entorno natural o comunitario, es más probable que reconozcan una oportunidad para el desarrollo sostenible.
- **Proposición 2:** La relación positiva entre el conocimiento de los empresarios del entorno natural o comunitario y la probabilidad de reconocer una oportunidad para el desarrollo sostenible es más fuerte cuando su conocimiento empresarial es alto que cuando su conocimiento empresarial es bajo.
- **Proposición 3:** Cuanto más perciban los empresarios que su entorno natural o comunitario está amenazado, más probable será que reconozcan una oportunidad para el desarrollo sostenible.
- **Proposición 4:** La relación positiva entre la percepción de los empresarios de la amenaza a su entorno natural o comunitario y la probabilidad de reconocer una oportunidad para el desarrollo sostenible es más fuerte cuando su conocimiento empresarial es alto que cuando su conocimiento empresarial es bajo.
- **Proposición 5:** Cuanto mayor sea el altruismo de los empresarios hacia los demás, más probable será que reconozcan una oportunidad para el desarrollo sostenible.
- **Proposición 6:** La relación positiva entre el altruismo de los empresarios hacia los demás y la probabilidad de reconocer una oportunidad de desarrollo sostenible es más fuerte cuando su conocimiento empresarial es alto que cuando su conocimiento empresarial es bajo. (p. 67)

Al respecto, un aspecto interesante es el papel del conocimiento empresarial, definido como el conocimiento de los mercados, las formas de servir los mercados y los problemas de los clientes (Shane, 2000). Dado que el reconocimiento de oportunidades de desarrollo sostenible propone una relación complementaria entre el conocimiento empresarial y el conocimiento del entorno natural o comunitario con las percepciones de amenaza y la motivación del altruismo.

De la misma manera, Chirinos et al. (2018), establece los criterios que se deben aplicar para el reconocimiento de oportunidades de desarrollo sostenible en la siguiente figura anexo 5.

En ese sentido, Arechavala y García (2016), manifiestan las diferentes etapas del modelo de emprendimiento sostenible:

1. La etapa de antecedentes: cuenta como fue la fase de gestación, sus antecedentes y la preparación profesional del individuo.
 2. La etapa de validación: sirve para evaluar las diferentes ideas de negocio.
 3. La etapa de definición de la escala de operación e identificación de los recursos: se identifican los recursos necesarios, el tiempo, la calidad y materiales.
 4. La etapa de atributos personales: se identifican sus propios rasgos psicológicos, su formación y experiencia incluyendo cualidades y capacidades.
 5. La etapa de organización e incubadora: se tiene en cuenta las actividades, conocimientos, tamaño y la localización geográfica
 6. En la etapa de negociación del ingreso al mercado: se busca crear y aplicar el plan de negocio
 7. En la etapa de elementos del entorno: se proporciona información de que es viable la creación de la empresa
 8. En la etapa de nacimiento o creación de la empresa se depende del emprendedor, de sus recursos y el tiempo
 9. La etapa de supervivencia es la consolidación del negocio, este proceso involucra la parte financiera.
 10. La etapa de Estado plantea que el gobierno tanto nacional como regional deben garantizar el mejor entorno para la creación del emprendimiento sostenible.
 11. Las instituciones educativas deben implementar programas que desarrollen emprendimientos sostenibles
 12. Las empresas públicas y privadas deben implementar programa de asesoramiento técnico gratuito con acompañamiento, seguimiento y control.
- (p. 5)

Por lo tanto, para que un emprendimiento pueda lograr desarrollarse como sostenible debe cumplir con todas las fases establecidas anteriormente.

2.4.4. El sector comercial hacia emprendimientos sostenibles.

Se reconoce como una práctica tan antigua como la historia de la humanidad, que surge cuando un grupo de individuos produce en exceso de sus necesidades de consumo. Sin embargo, debido a la escasez de ciertos productos esenciales en los mercados locales, se inició el intercambio de excedentes con otras personas, es decir, se comenzó a practicar el trueque (Mendoza y Martínez, 2017).

En similares condiciones Bigné (2003), expresa que el “comercio es una actividad socioeconómica que implica la adquisición y disposición de bienes, ya sea para su utilización, venta o transformación, denominándose el intercambio o transacción de un objeto por otro de valor equivalente” (p. 3).

Los sectores comerciales desempeñan un papel crucial en el progreso económico de la sociedad. En este contexto, se incluyen tanto el comercio minorista como los servicios que proporcionan a los consumidores la oportunidad de tomar decisiones sobre productos, calidad y precios. Es decir, el sector comercial brinda la capacidad de ofrecer productos de manera eficiente para satisfacer las necesidades de todas las personas (Mendoza y Martínez, 2017).

Por lo tanto, en sector comercial, existe dos clasificaciones, comercio interior y el comercio exterior. Al comercio interior se le conoce como comercio nacional, el cual es comercio entre particulares o comerciantes residentes en el mismo país y seguido las mismas reglas de comercio, por otro lado, el comercio exterior brinda beneficios a varios países en la exportación e importación de productos (Reyes,2004).

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque.

Este estudio se llevó a cabo empleando un enfoque cuantitativo, permitiendo así la recopilación de datos numéricos. La elección de este método se fundamenta en la naturaleza de la investigación, buscando proporcionar una comprensión más profunda y precisa del tema abordado. A través de la recopilación y análisis de datos cuantitativos, se exploró los aspectos clave relacionados con la investigación planteada, facilitando así la identificación de patrones, tendencias y relaciones que contribuyeron significativamente para la formulación de conclusiones fundamentadas.

El enfoque cuantitativo permitió evaluar de manera objetiva la capacidad de los empresarios para llevar a cabo emprendimientos sostenibles en Carchi, dado que, la recolección de datos se orientó hacia la comprobación de una hipótesis específica, permitiendo así un análisis riguroso respaldado por herramientas estadísticas confiables, además, este método proporciona resultados cuantificables y comparables, brindando una visión más precisa y detallada de la situación en estudio.

3.1.2. Tipo de Investigación

El desarrollo del presente estudio utilizó un tipo de investigación cuantitativo de corte transversal el cual permitió a través de la recolección de datos aceptar o rechazar una hipótesis. El uso de este método de investigación permitió obtener una comprensión detallada y actualizada sobre la capacidad de los empresarios para realizar emprendimientos sostenibles a través de una indagación profunda que abordó no solo la capacidad empresarial, sino también los obstáculos específicos identificados como parte fundamental de la investigación, es decir, no solo se cuantificó la realidad, sino también se trató de comprender las complejidades que rodean la capacidad emprendedora sostenible en Carchi.

3.2. HIPÓTESIS

H₀: Los empresarios del sector comercial en Carchi no presentan capacidad para llevar a cabo los emprendimientos sostenibles.

H₁: Los empresarios del sector comercial en Carchi presentan capacidad para llevar a cabo los emprendimientos sostenibles.

A través del cálculo de la media de las dimensiones se obtuvo el promedio en una escala del 1 al 2, en función de lo que Morales (2011), señala, que la valoración de la escala Likert tiene la posibilidad de agruparse en tres categorías, el valor 1 corresponde al criterio desacuerdo, el valor 2 al criterio indiferente y el valor 3 al criterio de acuerdo. Esto permite presentar los resultados de manera más sucinta y facilita la interpretación y el análisis estadístico. Por lo tanto, los datos tienden al nivel indiferente, es decir están más cerca del valor 2 que del valor 1 y 3, por ende, se aprueba la hipótesis nula: Los empresarios del sector comercial en Carchi no presentan capacidad de llevar a cabo los emprendimientos sostenibles.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

La capacidad hacia la sostenibilidad: Se define a través de 3 elementos como: La Fragilidad de la naturaleza, que según Lanchi (2020), señala que es la consciencia de la fragilidad del ecosistema que es amenazada por las constantes afectaciones de la abrupta y desmesurada actividad humana. Como también, la limitación de recursos naturales, donde Trápaga (2021), plantea que depende de las limitaciones que genera la tendencia de aumento poblacional y crecimiento económico. Y según Castillo et al. (2017), expresa que la interacción entre la sociedad y la naturaleza se fundamenta en iniciativas que procuran prevenir el incremento de la degradación de la naturaleza y preservarla frente al progreso del desarrollo económico.

Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables

| Variable | Dimensión | Indicadores | Técnica | Instrumento |
|-----------------------------------|--|-------------|----------|------------------------------|
| Capacidad hacia la sostenibilidad | Productos o servicios sostenibles | Nivel | Encuesta | Formulario en escala Likert. |
| | Gestión financiera hacia la sostenibilidad | Nivel | | |
| | Acciones de sostenibilidad | Nivel | | |

Fuente: McGee et al. (2009).

Los indicadores propuestos en la operacionalización de variables se validan en función de lo que McGee et al. (2009), señala que los ítems propuestos fueron aplicados y comprobados de forma eficiente para el desarrollo del estudio Factores asociados con la propensión a emprendimientos sostenible, por lo tanto, resulta oportuno hacer uso de dichos criterios para el desarrollo de la presente investigación.

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Se utilizó el método deductivo permitió realizar un análisis riguroso de las investigaciones previas relacionadas con la temática, además, facilito la realización de una evaluación cuantitativa de la capacidad de los empresarios en Carchi, para determinar si dicha capacidad es favorable o no hacia la sostenibilidad. Así mismo se utilizó el método analítico el cual permitió un análisis detallado de los elementos de la capacidad empresarial y el emprendimiento sostenible en el sector comercial de Carchi, permitiendo determinar si las prácticas empresariales son favorables hacia sostenibilidad. Además, permitió el desarrollo de conclusiones fundamentadas y la formulación de recomendaciones precisas basadas en el análisis de los datos recopilados durante la investigación.

3.4.1. Técnica e instrumento de investigación.

El uso de la encuesta como técnica permitió obtener datos estadísticos, para determinar si los empresarios en Carchi tienen la capacidad de desarrollar emprendimientos sostenibles, a través del criterio de los gerentes o propietarios de las empresas, para posteriormente analizar la información obtenida y aprobar o rechazar la hipótesis de la investigación.

3.4.1.1 Instrumento

Se utilizó la Escala Likert con el fin de determinar la capacidad empresarial para llevar a cabo emprendimientos sostenibles en Carchi, mediante la percepción y opinión de los empresarios en relación con la sostenibilidad. Donde los encuestados expresaron sus niveles de desacuerdo con valores de 1 a 3, y de acuerdo entre valores de 4 a 5, mediante afirmaciones específicas relacionadas con la temática. De ese modo, la escala Likert permitió obtener respuestas sobre afirmaciones en criterios de desacuerdo, y de acuerdo, proporcionando así datos cuantitativos que fueron analizados para aprobar la hipótesis: La capacidad de los empresarios del sector comercial en Carchi hacia los emprendimientos sostenibles es indiferente.

3.4.1.2. Análisis estadístico de confiabilidad de Omega McDonald's

Tabla 2. Análisis estadístico de confiabilidad

| |
|-------------------------------|
| Reliability: Omega .869 |
|-------------------------------|

El Omega McDonald's constituye un indicador de coherencia interna que se fundamenta en la correlación promedio de sus elementos, mediante un análisis psicométrico. Este índice, desarrollado se sitúa en una escala de 0 a 1, donde valores comprendidos entre 0.70 y 0.90 se consideran aceptables en cuanto a confiabilidad. No obstante, en circunstancias particulares, se podrían admitir valores superiores a 0.65. Así, valores más elevados indican una mayor confiabilidad en la escala (Duarte, 2022). En este contexto, el resultado de confiabilidad obtenido para la encuesta es de 0.869, denotando un nivel elevado de confiabilidad. Este puntaje sugiere que la información recopilada es coherente y fiable para evaluar los resultados de la investigación.

3.5. Análisis estadístico.

3.5.1. Población.

Según la base de datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos (2022), en la provincia del Carchi existe un total de 3,343 empresas dentro del sector comercial, mismos que están distribuidos en los 6 cantones. Las encuestas se realizaron en los cascos comerciales de cada cantón ya que es la concentración de los empresarios del sector comercial.

Tabla 3. Estratificación de la muestra.

| Cantón | Número de empresas | Proporción (%) |
|--------------------|--------------------|----------------|
| Tulcán | 2219 | 66,39%, |
| San Pedro de Huaca | 122 | 3,64%, |
| Montúfar | 487 | 14,57% |
| Bolívar | 159 | 3,64% |
| Espejo | 155 | 14,57% |
| Mira | 201 | 4,76% |
| Total | 3343 | 100% |

3.5.2. Muestra

Cálculo de la muestra:

n =Población

N =universo (3201)

O=desviación estándar de equivalente a 0,5

Z= Nivel de confianza (95%) (1,96)

e= Error muestral (5%)

Remplazando valores se obtiene lo siguiente:

$$n = \frac{3343 (1,96)^2 \cdot (0,5)^2}{(0,05)^2 * (3343 - 1) + (1,96)^2(0,5)^2}$$

$$n = \frac{3343 \cdot (3,8416) \cdot (0,25)}{0,0025(3342) + (3,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{3210,62}{(8,355) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{3210,62}{9,3154}$$

$$n = 345$$

3.5.2.1. Estratificación de la muestra Cantonal

Tabla 4. Número de empresas y su tamaño

| Tipo de empresa | Número | |
|---------------------|-------------|-------------|
| Microempresa | 3089 | 92% |
| Pequeña empresa | 202 | 6% |
| Mediana empresa "A" | 27 | 1% |
| Mediana empresa "B" | 18 | 1% |
| Grande empresa | 7 | 0% |
| Total: | 3343 | 100% |

Fuente (INEC, 2022).

Tabla 5. Numero de encuetas

| Cantón | Número de empresas | Proporción (%) | Número de encuestas |
|--------------------|--------------------|----------------|---------------------|
| Tulcán | 2219 | 66% | 229 |
| San Pedro de Huaca | 122 | 4% | 13 |
| Montúfar | 487 | 15% | 50 |
| Bolívar | 159 | 5% | 16 |
| Espejo | 155 | 5% | 16 |
| Mira | 201 | 6% | 21 |
| Total: | 3343 | 100% | 345 |

Tabla 6. tipo de empresas

| Cantón | Empresas comerciales Individuales | Empresas comerciales Sociales |
|--------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Tulcán | 215 | 14 |
| San Pedro de Huaca | 12 | 1 |
| Montúfar | 48 | 3 |
| Bolívar | 15 | 1 |
| Espejo | 15 | 1 |
| Mira | 19 | 1 |
| Total: | | 345 |

Fuente: (INEC, 2022)

3.6.3. Modelo estadístico

Según la investigación de McGee et al. (2009), se presentan 3 dimensiones para la capacidad empresarial, teniendo una confiabilidad de 80 lo que indica un nivel adecuado para la confiabilidad de cada constructo.

Para aplicar el cuestionario se realizó un pilotaje a 38 empresarios del sector comercial para determinar si las afirmaciones son confiables, de forma aleatoria se realizó las encuestas en el cantón Tulcán debido a que es el lugar donde se encuentra mayor cantidad de empresarios, dándonos un resultado de las encuestas aplicadas de ,081 de confiabilidad, así reflejando la validez del cuestionario.

Para evaluar la capacidad de los empresarios del sector comercial en Carchi para llevar a cabo emprendimientos sostenibles, se llevaron a cabo los siguientes cálculos. En primer lugar, se sumaron los componentes de cada constructo para obtener el rango inicial, que va de 1 a 2. Dentro de este rango, de 1 a 1,30 indica que no se

llevan a cabo emprendimientos sostenibles, de 1,31 a 1,60 refleja un nivel de indiferencia y de 1,61 a 2 indica una afirmación de que sí se están llevando a cabo emprendimientos sostenibles. Los resultados indican que los empresarios no consideran viable implementar prácticas sostenibles en sus actividades comerciales, lo que sugiere que perciben una indiferencia respecto a la implementación de emprendimientos sostenibles.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. La capacidad de los empresarios del sector comercial en Carchi para llevar a cabo los emprendimientos sostenibles

Si se considera que el nivel máximo es de 2 que expresan si llevan a cabo y el valor de 1 no llevan a cabo, el valor de indiferencia es de 1,5, cada una de las dimensiones de que definen la capacidad de los empresarios del sector comercial para llevar a cabo emprendimientos sostenibles. Se expresan en la siguiente tabla

Tabla 7. Medidas de tendencia central de la capacidad de los empresarios

| Dimensiones | Media |
|--|-------|
| Productos o servicios sostenibles | 1,38 |
| Gestión financiera hacia la sostenibilidad | 1,06 |
| Acciones sostenibles | 1,77 |
| Media total | 1,40 |

Como se puede observar en la tablan anterior la dimensión de productos o servicios sostenibles y Gestión financiera sostenibles encajan en el rango de indiferencia (1,30-1,60), mientras que la dimensión de acciones sostenibles supera el nivel de indiferencia lo que implica que los empresarios tienden a responder que llevan a cabo emprendimientos sostenibles, demostrando que la capacidad empresarial en Carchi tiene un nivel débil. En similares condiciones, la investigación de Sánchez (2012), permite entender que el "sector empresarial sigue siendo tradicional, pensando que para obtener el máximo beneficio se debe tener el mínimo coste en la sostenibilidad" (p. 1).

4.2. Cuál es el nivel de percepción que establece la capacidad de los empresarios para productos o servicios sostenibles.

4.2.1. Resultado promedio de la percepción por dimensiones totales

Tabla 8. Capacidad empresarial para generar productos o servicios sostenibles

| Percepción hacia los productos y servicios sostenibles | No lleva a cabo | Indiferente | Si lleva a cabo |
|--|-----------------|-------------|-----------------|
| Identifico la necesidad de un producto/servicio sostenible | | | |
| Diseño un producto o servicio sostenible | | | |
| Explico ideas sostenibles | | | |
| Identifico y creo visiones sostenibles | | | |
| Delego tareas de sostenibilidad | | | |
| Contratos empleados que practiquen la sostenibilidad | | | |
| Trato los problemas de sostenibilidad | | | |

Los resultados sobre la percepción de los empresarios hacia los productos y servicios sostenibles permiten determinar que, la capacidad de los empresarios para emprender en el ámbito sostenible es indiferente. Sin embargo, en varias dimensiones se observa una falta de compromiso en la adopción de prácticas sostenibles. Por tanto, los datos indican que existen obstáculos y barreras para la implementación efectiva de prácticas sostenibles en el sector comercial de Carchi. Por ejemplo, según la investigación: el escaso acceso a financiamientos, débil conocimientos en temas de sostenibilidad, emprendimiento por tradición.

4.2.2. Resultado de comparación de medias por productos o servicios sostenibles y género

Entonces, en los siguientes párrafos se establecen los factores que deben consolidar la viabilidad a través de estrategias que motiven y concienticen a los empresarios hacia emprendimientos sostenibles.

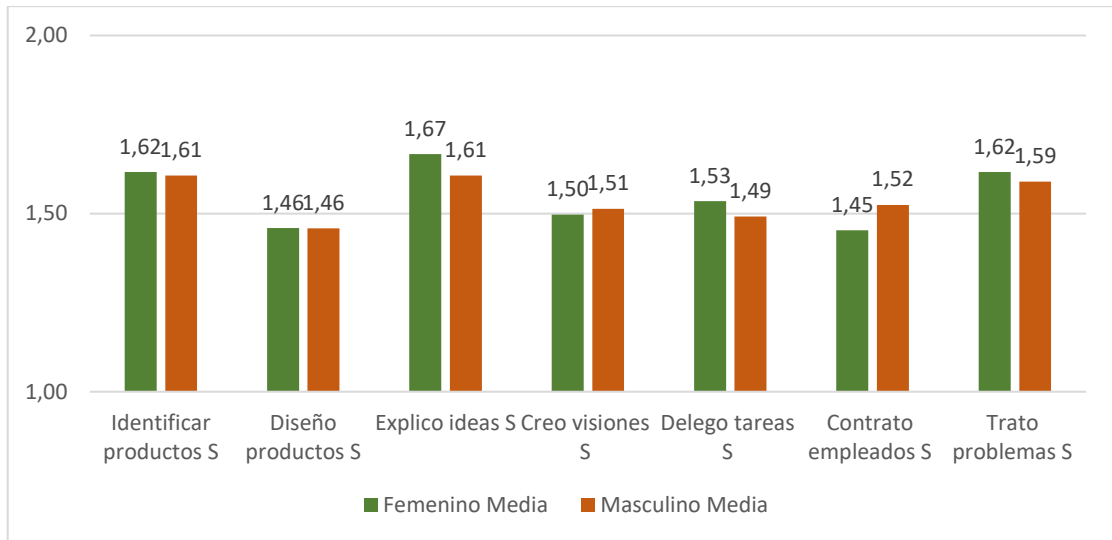


Figura 1. Productos o servicios por género

Los resultados obtenidos en la dimensión de estudio sobre productos o servicios sostenibles en relación con el género indican que los empresarios del sector comercial en Carchi, sin distinción de género, no ven viable la implementación de acciones de sostenibilidad. Esto señala que ninguno de los géneros de los empresarios posee la capacidad necesaria para desarrollar emprendimientos con un enfoque responsable en términos económicos, sociales y ambientales. Por ello, es crucial que los empresarios refuercen sus habilidades y conocimientos para reconocer la sostenibilidad como un aspecto rentable y esencial para el avance empresarial.

4.2.3. Resultado de comparación de medias por productos o servicios sostenibles y nivel de estudio

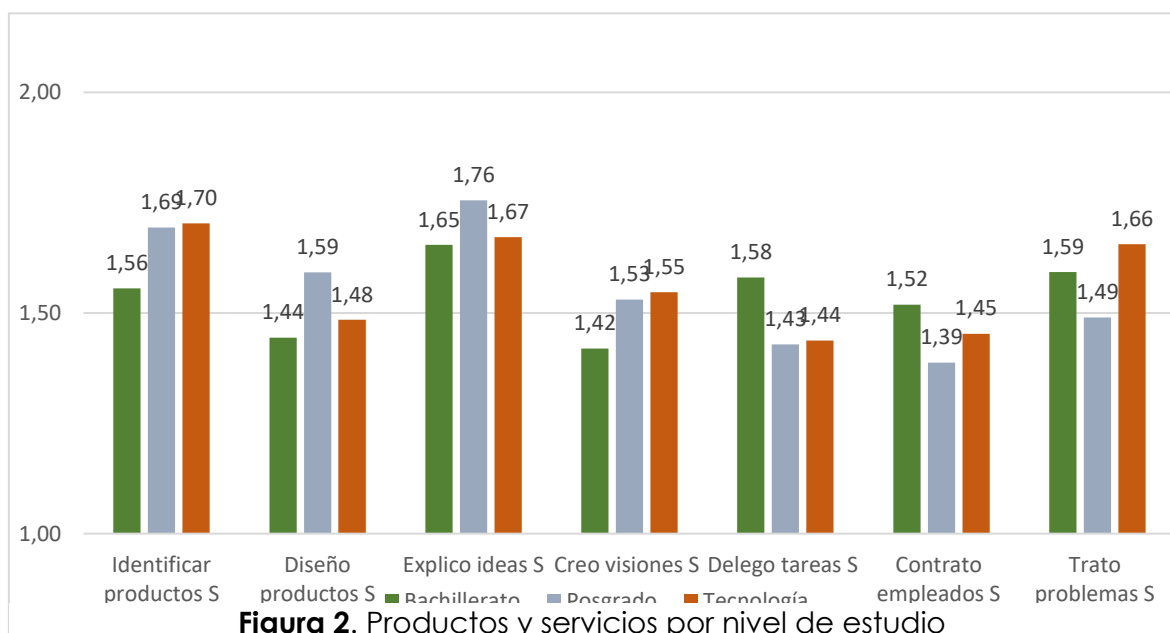


Figura 2. Productos y servicios por nivel de estudio

Los resultados obtenidos en la dimensión sobre productos o servicios sostenibles en relación con el nivel de estudio en Carchi indican que tanto los empresarios con posgrado, tecnología, bachillerato y otros, sin distinción de nivel académico, no tienen una percepción positiva respecto a la implementación de herramientas que permitan llevar a cabo emprendimientos responsables. Esto establece, que ninguno de los niveles educativos posee el interés necesario para adoptar acciones concretas para el desarrollo sostenible en el sector comercial en Carchi.

4.2.4. Resultado de comparación de medias por productos o servicios sostenibles y tipo de empresa.

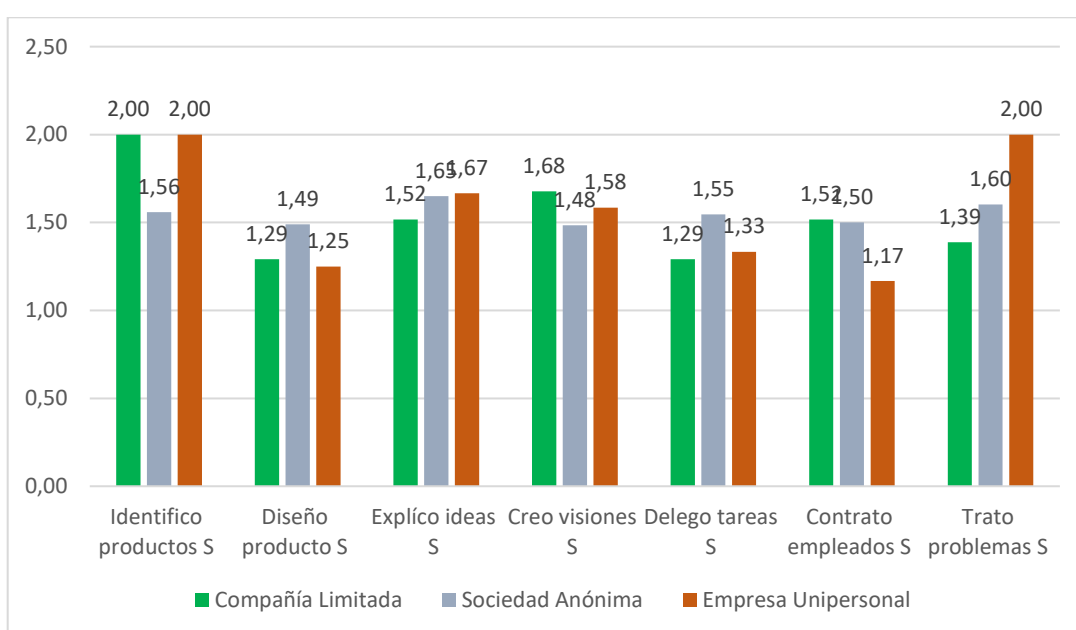


Figura 3. Productos o servicios por tipo de empresa

Los resultados obtenidos en la dimensión sobre productos o servicios sostenibles en relación con el tipo de empresa indican que las empresas unipersonales perciben viable identificar los productos o servicios responsables, además de tratar los problemas de la sostenibilidad, no obstante, en los 5 literales restantes su percepción es negativa, donde las empresas anónimas presentan un criterio negativo a nivel general. Por lo tanto, independientemente de su naturaleza, ninguna de ellas muestra una percepción positiva en su totalidad en cuanto a la viabilidad para llevar a cabo emprendimientos responsables. Entonces, la falta de capacidad empresarial es un factor que obstaculiza la adopción de acciones concretas para el desarrollo sostenible en el sector comercial en Carchi.

4.2.5. Resultado de comparación de medias por productos o servicios sostenibles y años de experiencia de los empresarios

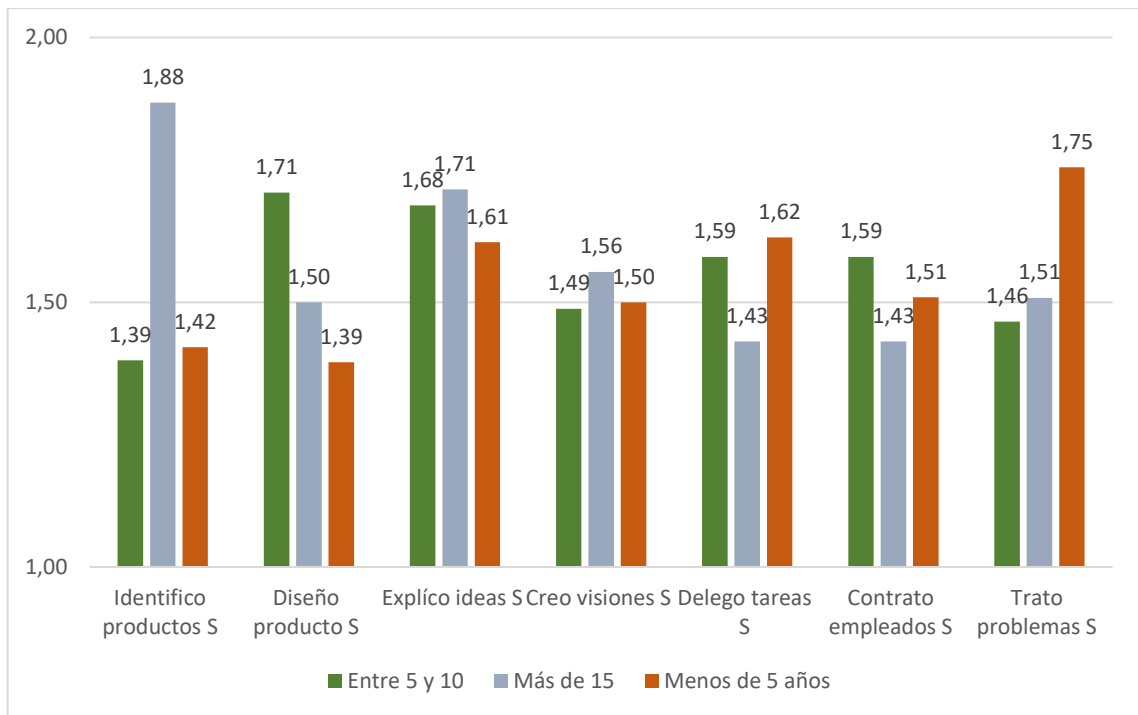


Figura 4. Productos o servicios por años de existencia del empresario.

Los datos analizados en relación con los años de existencia de las empresas respecto a productos o servicios sostenibles revelan una tendencia desfavorable en el sector empresarial. En ese contexto los tres rangos de tiempo de las empresas perciben medianamente viable de forma semejante explicar ideas sostenibles dentro y fuera de su organización. Sin embargo, en términos generales, independientemente del tiempo de las empresas, ya sean recién establecidas o con años de trayectoria, ninguna de ellas percibe como viable la implementación de emprendimientos responsables. Esto se refleja por factores como la débil capacidad empresarial, la limitación en recursos financieros y el escaso conocimiento técnico que actúan como obstáculos significativos para la adopción de prácticas sostenibles. Entonces, no solo existe un desafío operativo, sino también una falta de conciencia y compromiso hacia el desarrollo sostenible dentro del sector comercial, por lo cual es vital fortalecer las capacidades empresariales y promover la educación en sostenibilidad en el contexto empresarial actual de Carchi.

4.3. Cuál es el nivel de percepción que establece la capacidad de los empresarios en Gestión financiera sostenible.

4.3.1. Resultado promedio de la percepción por dimensiones totales

Tabla 9. Capacidad empresarial hacia la gestión financiera

| Percepción hacia Gestión financiera sostenible | No lleva a cabo | Indiferente | Si lleva a cabo |
|---|-----------------|-------------|-----------------|
| Valoración | 1 | 2 | 3 |
| Estimo los fondos para un negocio sostenible | | | |
| Leo e interpreto estados financieros sostenibles | | | |
| Explico ideas sostenibles | | | |
| Organizo y mantengo registros financieros sostenibles | | | |
| Gestiono los activos financieros sostenibles | | | |

Los resultados acerca de cómo los empresarios perciben la gestión financiera sostenible sugieren que su disposición para involucrarse en iniciativas de sostenibilidad es variable. Aunque no muestran una predisposición hacia la sostenibilidad, se detecta una falta de compromiso en varias áreas en cuanto a la adopción de prácticas sostenibles. Por consiguiente, los datos apuntan hacia la existencia de obstáculos y limitaciones que dificultan la implementación efectiva de prácticas sostenibles en el sector comercial de Carchi. Por ejemplo, se señala la falta de acceso a financiamiento, carencia de conocimientos sólidos en temas de sostenibilidad, y la tendencia al emprendimiento arraigado en tradiciones.

4.3.2. Resultado de comparación de medias por gestión financiera sostenible y género

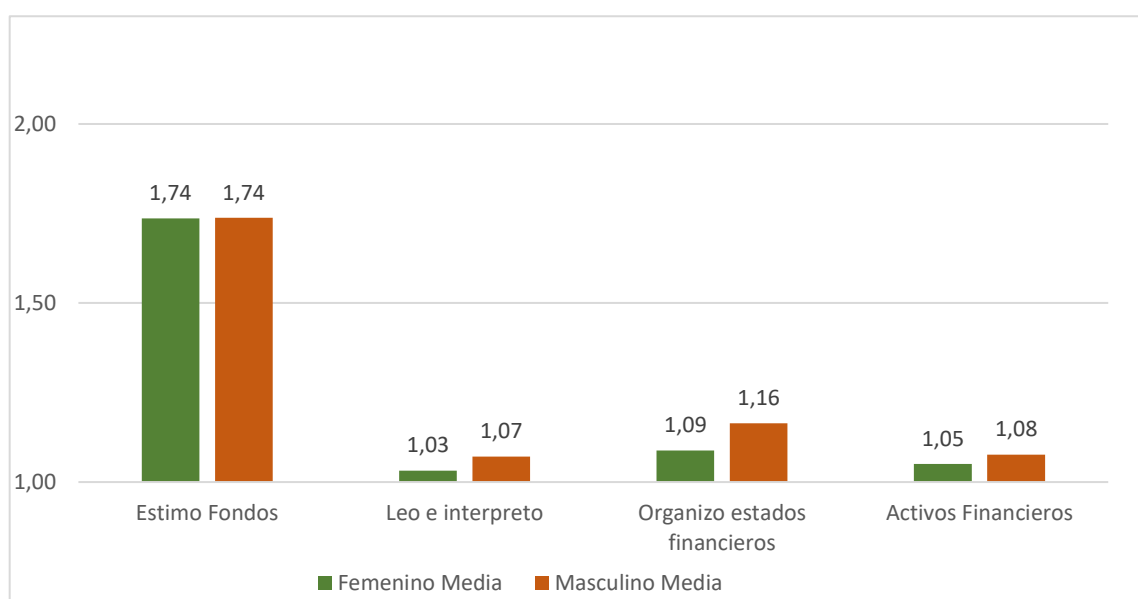


Figura 5. Gestión financiera sostenible por género

Los resultados de la investigación en cuanto a la gestión financiera sostenible en relación con el género en el sector comercial de Carchi indican que tanto hombres como mujeres empresarios muestran una percepción similar: ninguno considera viable la implementación de prácticas de sostenibilidad. Esta revelación sugiere que la capacidad para establecer negocios con un enfoque responsable en términos económicos, sociales y ambientales es una habilidad que ambos géneros necesitan desarrollar. Es evidente la necesidad de que los empresarios, sin distinción de género, se esfuercen por mejorar sus competencias y adquirir un mayor conocimiento sobre la importancia y el potencial rentable de la sostenibilidad en el crecimiento de sus negocios.

4.3.3. Resultado de comparación de medias por gestión financiera sostenible y nivel de estudio

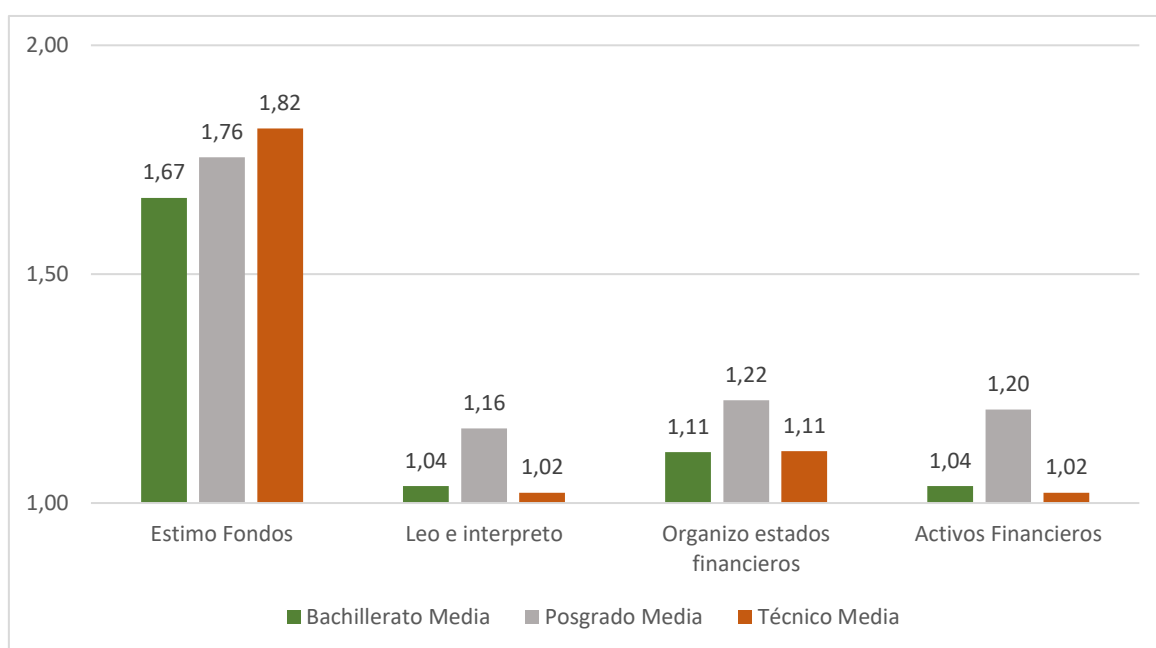


Figura 6. Gestión Financiera Sostenible por nivel de estudio

El análisis sobre la gestión financiera sostenible en relación con el nivel educativo en el sector comercial de Carchi arroja resultados significativos. Se observa que los empresarios, ya sea que cuenten con estudios de posgrado, tecnología o bachillerato, no muestran una actitud favorable hacia la implementación de herramientas que impulsen emprendimientos sostenibles. Esta falta de interés se percibe de manera uniforme en todos los niveles educativos, lo que sugiere que no existe una diferenciación significativa en cuanto a la disposición hacia prácticas sostenibles en el desarrollo de emprendimientos. Esta situación plantea la necesidad

urgente de fomentar una mayor conciencia y comprensión sobre la importancia de la sostenibilidad en el sector comercial.

4.3.4. Resultado de comparación de medias por gestión financiera sostenible y tipo de empresa

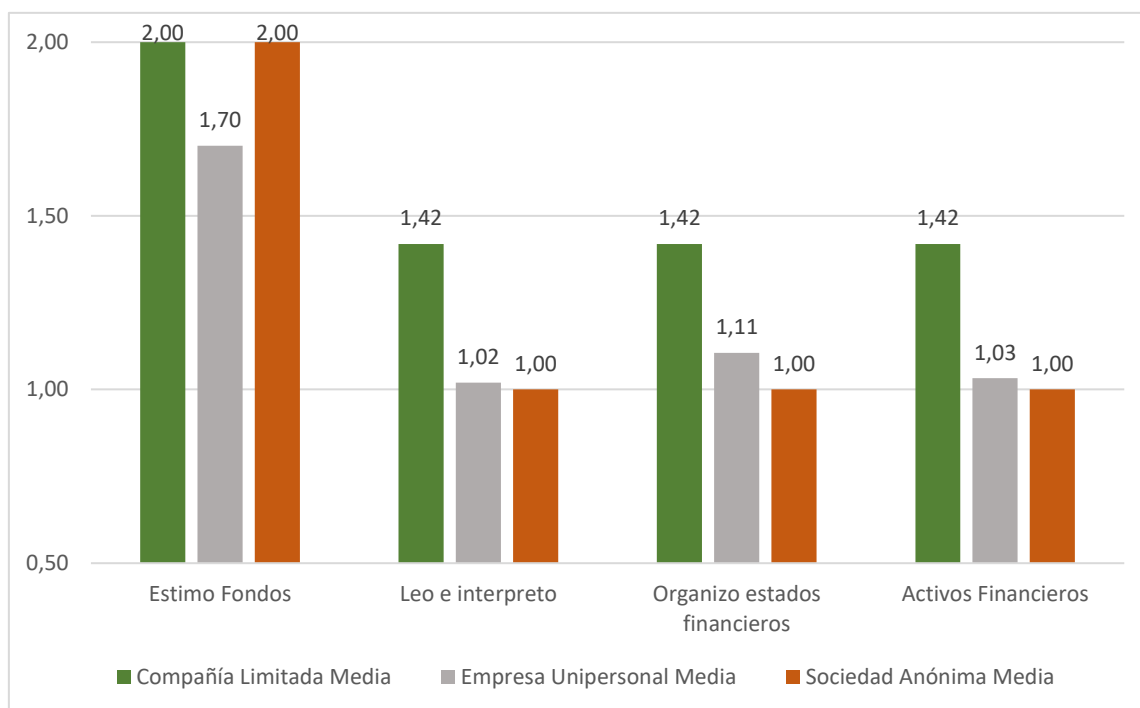


Figura 7. Gestión Financiera Sostenible por tipo de empresa

Los resultados obtenidos en la investigación sobre gestión financiera sostenible en relación con el tipo de empresa en el sector comercial de Carchi son reveladores. Se observa que las empresas consideran factible estimar fondos sostenibles, lo que sugiere una cierta disposición hacia prácticas financieras más responsables. Sin embargo, al analizar los resultados detalladamente, se evidencia que en tres de los aspectos evaluados ninguna de las empresas muestra una percepción positiva en cuanto a la viabilidad de llevar a cabo emprendimientos responsables. Este hallazgo subraya la presencia de obstáculos significativos, entre los cuales destaca la falta de capacidad empresarial como un factor clave. Esta limitación no solo afecta la adopción de acciones para el desarrollo sostenible, sino que también resalta la necesidad urgente de fortalecer las habilidades empresariales en Carchi.

4.3.5. Resultado de comparación de medias por gestión financiera sostenible y años de experiencia de los empresarios

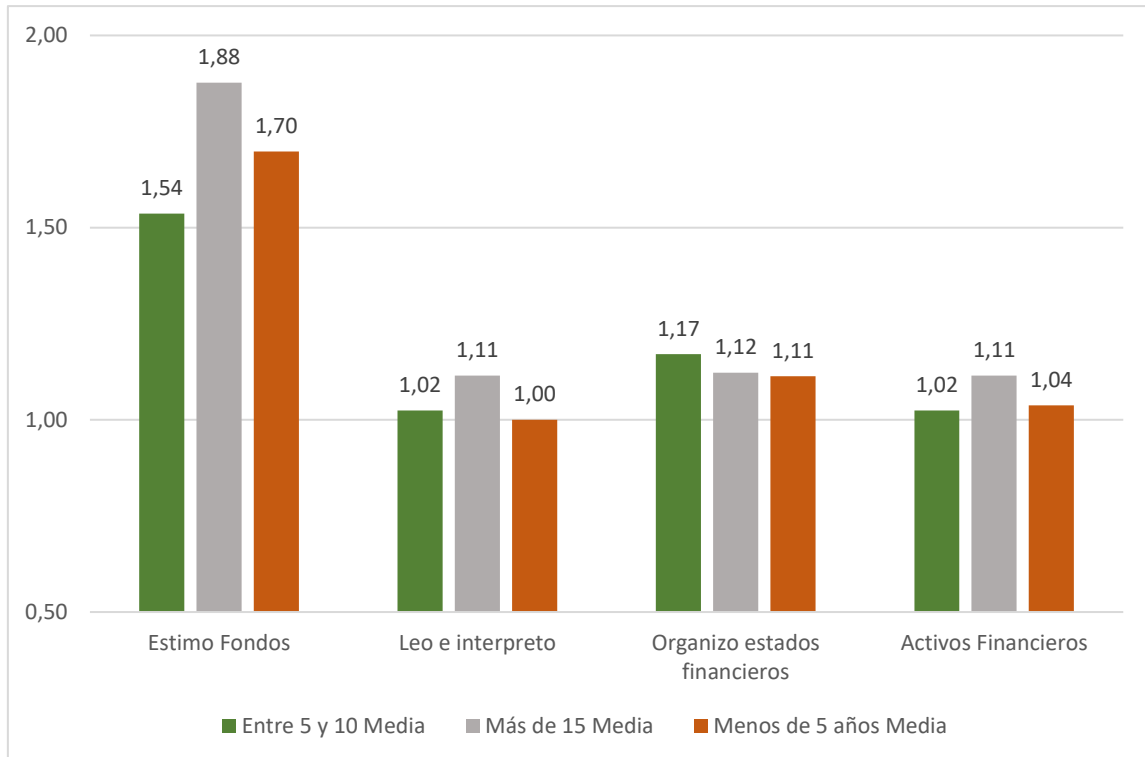


Figura 8. Gestión Financiera Sostenible por años de experiencia

Los datos analizados de la gestión financiera con relación a los años de experiencia muestran una percepción desfavorable en aplicar prácticas de gestión sostenible en los emprendimientos en términos generales, No obstante, en lo que refiere estimar fondos para los emprendimientos sostenibles tienen una visión más favorable. Esto evidencia una falta de conciencia y compromiso hacia el desarrollo sostenible dentro del sector empresarial en Carchi además se debe a la falta de capacidad empresarial, limitación de recursos financieros y escaso conocimiento técnico.

4.4. Cuál es el nivel de percepción que establece la capacidad de los empresarios en Acciones sostenibles

4.4.1. Resultado promedio de la percepción por dimensiones totales

Tabla 10. Capacidad empresarial hacia Acciones sostenibles

| Percepción hacia Acciones sostenibles | No lleva a cabo | Indiferente | Si lleva a cabo |
|--|-----------------|-------------|-----------------|
| Valoración | 1 | 2 | 3 |
| Motivo a los empleados hacia la sostenibilidad | | | |
| Establezco contacto sobre cuestiones de sostenibilidad | | | |
| Formo a los empleados para la sostenibilidad | | | |
| Estimo la demanda de los clientes sostenibles | | | |
| Diseño la campaña de marketing/publicidad | | | |

Los resultados obtenidos en relación con la opinión de los empresarios hacia las acciones empresariales reflejan una tendencia alentadora en cuanto a su disposición para adentrarse en el ámbito sostenible. Esto sugiere que los empresarios poseen una capacidad para integrar las prácticas sostenibles en sus operaciones comerciales. Esta disposición común hacia la sostenibilidad muestra un reconocimiento generalizado de la importancia de adoptar medidas responsables para el beneficio tanto del negocio como del entorno en el que operan.

4.4.2. Resultado de comparación de medias por acciones sostenibles y género

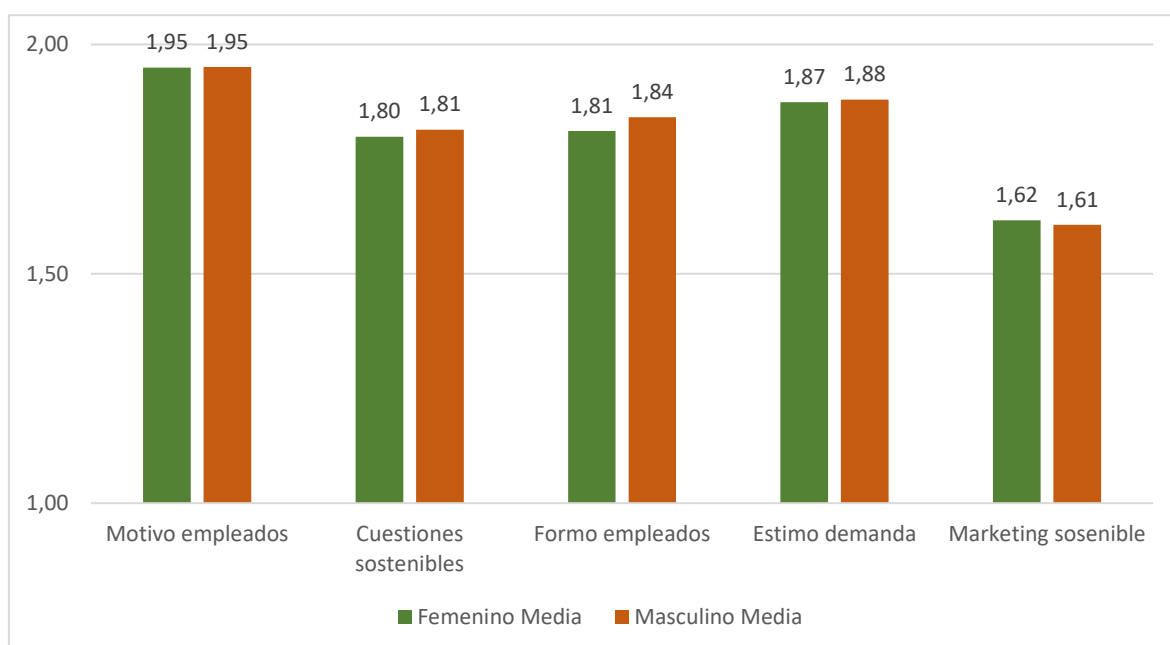


Figura 9. Acciones sostenibles por género

Los resultados del estudio sobre acciones sostenibles en relación con el género muestran que los empresarios del sector comercial en Carchi, sin importar su género,

ven viable la implementación de acciones de sostenibilidad. Esto indica que los empresarios cuentan con la capacidad requerida para establecer emprendimientos sostenibles teniendo en cuenta los tres ejes que contiene la sostenibilidad que son económicos, sociales y ambientales. Por lo tanto, lo empresarios del sector comercial en Carchi consideran rentable implementar acciones sostenibles así promoviendo el desarrollo empresarial.

4.4.3. Resultado de comparación de medias por acciones sostenibles y nivel de estudio

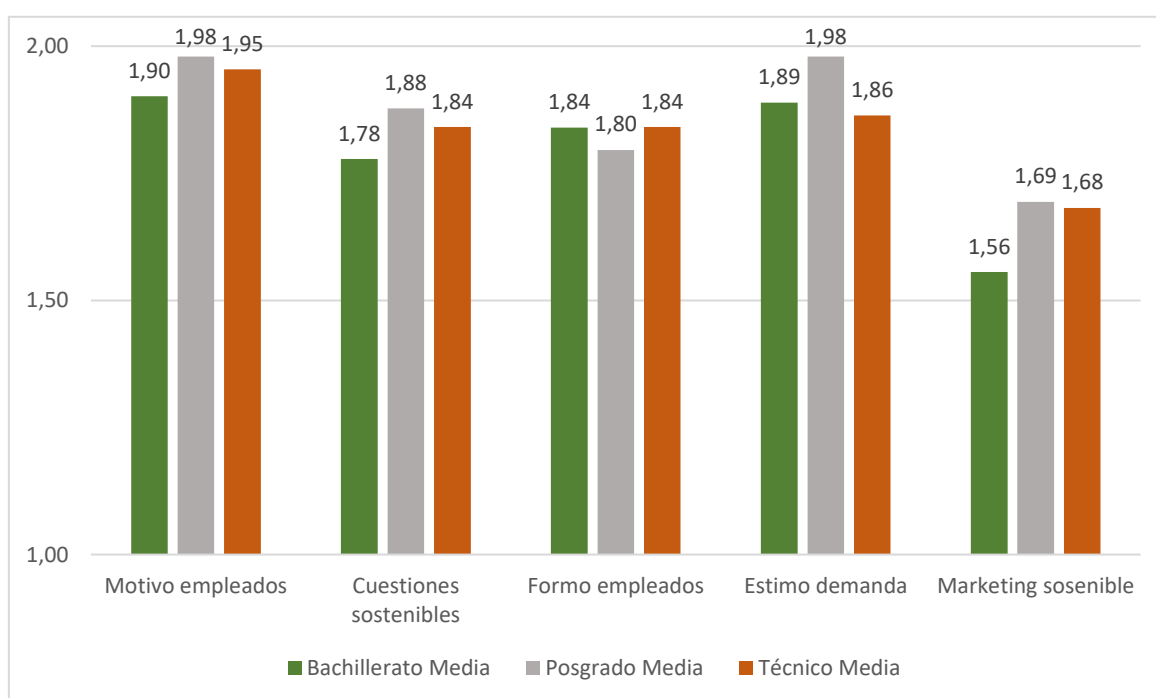


Figura 10. Acciones sostenibles por nivel de estudio

Los resultados de la investigación sobre la actitud hacia acciones sostenibles según el nivel educativo en Carchi son alentadores y revelan una tendencia positiva. Tanto los empresarios con estudios de posgrado como aquellos con educación tecnológica, bachillerato u otros, muestran una actitud favorable hacia la adopción de herramientas para promover emprendimientos sostenibles. Estos resultados destacan que la disposición hacia la sostenibilidad no está limitada por el nivel educativo, lo que sugiere que todos los empresarios tienen la capacidad suficiente para implementar medidas para el desarrollo sostenible del sector comercial en Carchi.

4.4.4. Resultado de comparación de medias por acciones sostenibles y tipo de empresa

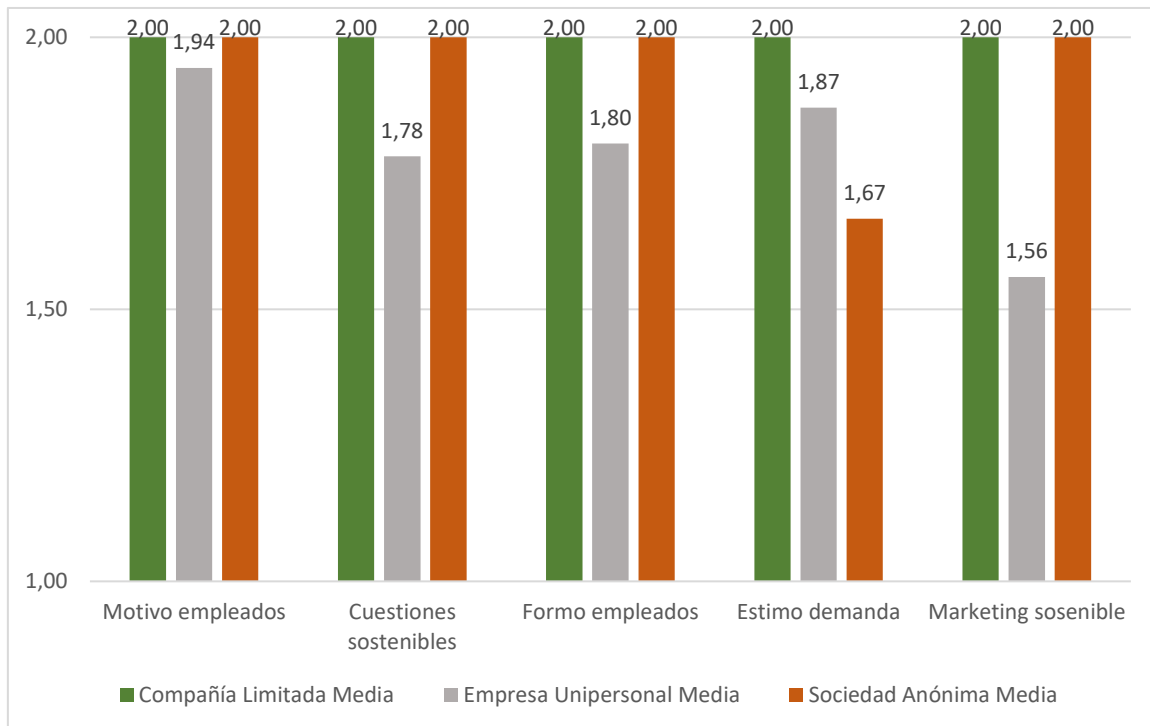


Figura 11. Acciones sostenibles por tipo de empresa

Los resultados de la investigación sobre acciones sostenibles en función del tipo de empresa indican que sin importar el tipo de empresa en la que operen, los empresarios tienen una percepción positiva en cuanto a la viabilidad de implementar acciones sostenibles dentro de sus emprendimientos. Esta actitud refleja una conciencia compartida sobre la importancia de la sostenibilidad en el desarrollo empresarial. Además, demuestra que los empresarios poseen la capacidad necesaria para adoptar prácticas sostenibles y están dispuestos a hacerlo. La integración de estas prácticas no solo representa una oportunidad para promover el crecimiento económico responsable, sino también para proteger el medio ambiente y generar impactos positivos en la sociedad. Este compromiso con la sostenibilidad puede conducir a una transformación significativa en el sector empresarial, impulsando la innovación, mejorando la reputación corporativa.

4.4.5. Resultado de comparación de medias por acciones sostenibles y años de experiencia de los empresarios.

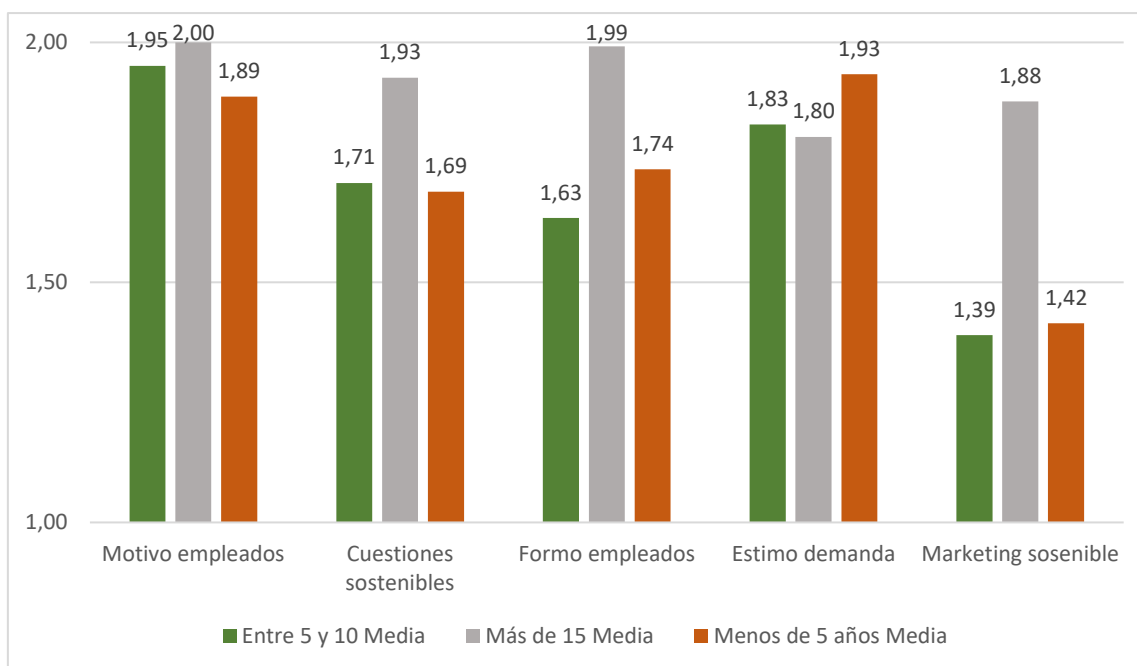


Figura 12. Acciones sostenibles por años de experiencia

El análisis de los datos sobre los años de experiencia de los empresarios en relación con acciones sostenibles resalta una oportunidad para el crecimiento positivo en el sector empresarial. A pesar de las diferencias en la duración de las empresas, todas muestran una percepción similar en cuanto a la viabilidad de promover acciones sostenibles. Aunque inicialmente puede haber desafíos, es alentador ver que los empresarios, independientemente de su tiempo en el mercado, reconocen la importancia de implementar emprendimientos responsables. La identificación de obstáculos como la falta de capacidad empresarial, limitaciones en recursos financieros y conocimiento técnico insuficiente proporciona una base sólida para superarlos y avanzar hacia prácticas más sostenibles, lo que contribuirá a un desarrollo económico y social más equitativo y próspero.

4.2. DISCUSIÓN

Una vez analizado los resultados de la investigación se presenta a continuación la discusión de los principales hallazgos con los antecedentes previamente descritos que fueron la guía del desarrollo del estudio, con la base teórica que sustenta la investigación, de esa manera la triangulación de la información permite tener una visión clara y precisa sobre la temática de estudio.

La capacidad empresarial según Reyes y Hidalgo (2020), un esfuerzo de interacción que genera beneficios en los emprendedores, para que esta sea exitosa, mostrando

una actitud positiva antes las adversidades y situaciones de riesgos. Sin embargo, los resultados de la investigación establecen que la capacidad empresarial en el sector comercial de Carchi tiene una actitud indiferente, es decir no consideran viable llevar a cabo acciones de sostenibilidad en sus empresas. En similares condiciones Chirinos et al. (2017), establece en su investigación que los empresarios no consideran importante aplicar estrategias que permitan impulsar el desarrollo empresarial mediante los ejes de la sostenibilidad. Por lo tanto, el criterio indiferente de los empresarios en Carchi hacia la sostenibilidad es un limitante que requiere del compromiso de los empresarios para generar productos o servicios responsables.

De esa manera, Tapia (2022), en su investigación sobre emprendimiento y capacidad empresarial de jóvenes establece que el emprendimiento y la capacidad empresarial de los jóvenes emprendedores es débil debido a que emprenden por necesidad. De esa manera los resultados Determinan que, la capacidad de los empresarios para emprender en el ámbito sostenible es indiferente debido a los obstáculos y barreras como el escaso acceso a financiamientos, débil conocimientos en temas de sostenibilidad y emprendimiento por tradición, lo cual impide la implementación efectiva de prácticas sostenibles en el sector comercial en Carchi. En ese sentido, la investigación de Carhuancho y Nolasco (2021), establecen que la habilidad, el rendimiento, la calidad, el desarrollo de otros y el bienestar social son factores que impulsan el éxito de los empresarios. Sin embargo, los resultados permiten determinar que los empresarios no están suficientemente capacitados en temas de sostenibilidad.

Por otra parte, el estudio de Rodríguez (2020), indica que las empresas grandes ven a la sostenibilidad como una opción agradable pero no como una herramienta estratégica. En similares condiciones, los resultados refuerzan esta perspectiva, estableciendo que los empresarios en Carchi independientemente de su género, nivel educativo, tipo de empresa o años de existencia, no perciben la sostenibilidad como una prioridad estratégica en sus operaciones, lo cual, es un factor que debilita la capacidad empresarial, debido a que la percepción generalizada de que la sostenibilidad implica costos adicionales y riesgos. Sin embargo, Schaltegger et al. (2018), señala en la teoría del comportamiento planificado; para que los emprendedores actúen de manera favorable hacia la sostenibilidad deben poseer empatía, juicio moral, autoeficacia y apoyo social, pero los resultados indican que la

capacidad de los empresarios es débil para generar productos o servicios sostenibles en Carchi debido a que la viabilidad percibida hacia la sostenibilidad es indiferente.

En ese contexto, los resultados de la investigación permitieron identificar la necesidad de fortalecer las capacidades empresariales en Carchi, promoviendo una mayor conciencia y compromiso hacia la sostenibilidad, basándose en los principios de empatía, juicio moral, autoeficacia y apoyo social, tal como lo plantean Schaltegger et al. (2018) en la teoría del comportamiento planificado. Además, Moreno et al. (2022), señala en su investigación que las deficiencias del emprendimiento sostenible es la planificación ya que los empresarios carecen de hábitos estructurados de planificar y controlar sus actividades. De igual manera, los resultados exponen la percepción negativa que tienen los empresarios respecto a generar productos o servicios sostenibles.

En concordancia con lo anteriormente mencionado, Carhuancho y Nolasco (2021), indican en su estudio que la experticia, la eficiencia, la excelencia, el crecimiento de otras personas y la calidad de vida social constituyen la motivación de logro y construye una actitud emprendedora positiva en los empresarios. Sin embargo, los resultados indican que el tiempo de existencia de las empresas no influye en una mayor conciencia o compromiso con la sostenibilidad. Además, mantienen actitudes negativas hacia la sostenibilidad, y aunque las empresas unipersonales tienen una visión ligeramente más positiva que las anónimas y compañías limitadas, ninguna muestra una actitud claramente favorable hacia prácticas sostenibles. En ese sentido, Méndez y Rodríguez (2019), establecen que el desarrollo de un emprendimiento sostenible requiere que el emprendedor forme un perfil con ciertas habilidades y comportamientos, que identifique y reconozca los factores, económicos, sociales y culturales mediante procesos de responsabilidad ambiental.

En ese contexto, Schaltegger et al. (2018), sostienen que la empatía, el juicio moral, la autoeficacia y el apoyo social son fundamentales para fomentar emprendimientos sostenibles. Sin embargo, en el sector comercial de Carchi, se observa una carencia de estas cualidades, reflejando la necesidad de fortalecer las capacidades de los empresarios hacia la implementación de prácticas financieras más responsables. Además, la investigación de Camino (2018), sobre la sostenibilidad de los emprendimientos del sector comercial determinó que los emprendimientos no son una fuente de desarrollo económico estable, dado que el 93,30% de los encuestados

afirman que sus negocios no son una fuente de riqueza debido a que su conocimiento sobre estrategias empresariales es netamente empírico. De ese modo, según los resultados de la investigación, indican que los empresarios del sector comercial en Carchi no consideran viable llevar a cabo una gestión financiera sostenible.

De la misma manera, Auquilla (2019), plantea que una correcta administración financiera posibilita organizar las acciones económicas que se llevan a cabo, con el propósito de anticipar posibles eventualidades que podrían surgir durante su ejecución. No obstante, los resultados muestran que tanto hombres como mujeres empresarios en Carchi tienen percepciones similares y limitadas respecto a la viabilidad de prácticas de sostenibilidad. Además, se observa una falta de interés en prácticas sostenibles independientemente del nivel educativo, desde posgrado hasta bachillerato y aunque algunas empresas consideran factible la estimación de fondos sostenibles, prevalece una falta de capacidad empresarial y percepciones negativas sobre la viabilidad de emprendimientos responsables.

En similares condiciones en la investigación de Méndez y Rodríguez (2019), establecen que el desarrollo de un emprendimiento sostenible requiere que el emprendedor forme un perfil con ciertas habilidades y comportamientos, que identifique y reconozca la responsabilidad en aspectos sociales y ambientales manteniendo la rentabilidad financiera, sin embargo, la viabilidad percibida de los empresarios considera a la interpretación de los estados financieros sostenibles un gasto que no asegura la competitividad ni un aumento en la rentabilidad de la empresa. De ese modo, cabe mencionar que Ribbeck (2014), señala, que el análisis e interpretación de estados financieros, es una herramienta clave para la toma de decisiones en las empresas.

En virtud de lo mencionado, la capacidad de los empresarios en el sector comercial de Carchi es limitada debido a una serie de obstáculos y limitaciones, que van desde la falta de acceso a financiamiento y conocimientos sólidos en temas de sostenibilidad hasta la tendencia de tener emprendimientos de forma tradicional (Tapia, 2022). En ese sentido, la investigación de Valle (2020), indica que, la planificación financiera es una herramienta indispensable para garantizar el logro de los objetivos empresariales. No obstante, los resultados indican una percepción indiferente sobre realizar una gestión financiera con enfoque sostenible, dado que las

empresas del sector comercial no reconocen la importancia de garantizar la viabilidad, rentabilidad y perdurabilidad de los negocios en el futuro mediante una planificación financiera y administrativa de las empresas con un enfoque sostenible. Por ello, es necesario fomentar una mayor conciencia, capacitación y fortalecimiento de las habilidades empresariales en sostenibilidad, la cual actualmente es indiferente.

Por otra parte los resultados de la investigación demuestran que los empresarios perciben viable llevar a cabo acciones responsables, no obstante, el estudio de Cahui y Fernández (2023), señalan que las grandes compañías son las que más han aprovechado y beneficiado del marketing sostenible, mientras que las micro y pequeñas empresas enfrentan desafíos para implementar eficazmente estas herramientas digitales, debido a su limitado conocimiento sobre ellas y el escaso presupuesto para implementar acciones sostenibles, entonces, a pesar de la viabilidad percibida sobre la sostenibilidad, sigue siendo un reto en el accionar del sector comercial en Carchi.

En ese sentido, los resultados permitieron determinar que los empresarios reconocen la importancia de adoptar medidas responsables tanto para el beneficio del negocio como del entorno en el que operan, por lo tanto, los datos concuerdan con McMullen y Shepherd (2006), sobre la teoría de acción empresarial, la cual plantea que reconocer las oportunidades de desarrollo sostenible empresarial aumenta la motivación de obtener utilidades personales y para otros. No obstante, el estudio de Camino (2018), establece que el 90% de los de los empresarios desconoce la terminología asociada al desarrollo sostenible, lo que restringe las acciones dirigidas a mejorar los tres pilares de la sostenibilidad.

Además, los resultados de la investigación permitieron observar un nivel de conciencia compartido sobre la importancia de la sostenibilidad en el desarrollo empresarial, estableciendo que adoptar prácticas sostenibles es viable. Sin embargo, el estudio realizado de Cahui y Fernández (2023), establecen que las micro y pequeñas empresas enfrentan dificultades para utilizar eficazmente estas herramientas digitales, principalmente debido a su falta de familiaridad con ellas y a las limitaciones de su presupuesto. Entonces, la integración de estas prácticas no solo representa una oportunidad para promover el crecimiento económico responsable, sino también para proteger el medio ambiente y generar impactos positivos en la

sociedad. Teniendo en cuenta que el compromiso con la sostenibilidad puede conducir a una transformación significativa en el sector empresarial, impulsando la innovación y mejorando la reputación empresarial del sector comercial en Carchi.

Los resultados del estudio indican una tendencia alentadora en la integración de prácticas sostenibles en las operaciones comerciales, sin embargo, Camino (2018), plantea que los emprendimientos locales no se consideran una fuente de crecimiento económico sostenible, ya que, no generan riqueza de manera estable, lo cual genera que los empresarios no logren desarrollar su capacidad empresarial para llevar a cabo acciones sostenibles desde las empresas comerciales. De tal manera, Reyes y Hidalgo (2020), expresan que la capacidad empresarial para ser exitosa requiere mostrar una actitud positiva antes las adversidades y situaciones de riesgos, teniendo en cuenta que según Valencia y Esquivel (2022), señalan que las acciones de sostenibilidad empresarial son iniciativas que se implementan para proteger el medio ambiente, mejorar las condiciones sociales y garantizar la viabilidad económica a largo plazo, buscando promover y mantener un equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social.

En definitiva, la capacidad de los empresarios para llevar a cabo emprendimientos sostenibles no es la suficiente para reconocer las oportunidades de la sostenibilidad a través de productos o servicios y la gestión financiera como herramientas técnicas destinadas a minimizar el impacto ambiental como lo plantea Dopazo (2023). Por lo tanto, se determina la importancia de que los empresarios mejoren su capacidad empresarial y adopten prácticas eco innovadoras, que sean más sostenibles, eficientes y respetuosas con el entorno en el sector comercial de Carchi.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones:

- Los empresarios del sector comercial en Carchi reconocen sus limitaciones en la capacidad empresarial para generar productos o servicios sostenibles, debido a que la oferta de sus empresas son productos finales al cliente, además al escaso acceso a financiamiento, la débil implementación de tecnología actualizada le dificulta al empresario llevar a cabo iniciativas sostenibles de manera efectiva a largo plazo.
- La percepción de los empresarios en el sector comercial de Carchi respecto a la gestión financiera sostenible es negativa debido a que se considera como un gasto no retribuido, lo cual refleja una brecha significativa en la comprensión de los beneficios a largo plazo de prácticas financieras sostenibles. Por lo tanto, la percepción desfavorable por parte de los empresarios es un obstáculo para llevar a cabo la sostenibilidad empresarial en Carchi.
- Los resultados de la investigación revelan que los empresarios encuestados muestran una percepción positiva y consideran viable la implementación de acciones de sostenibilidad en sus empresas. Esta actitud permitió identificar que la capacidad de los empresarios es favorable para llevar a cabo acciones de sostenibilidad de manera responsable, contribuyendo al desarrollo económico, al bienestar social y al cuidado ambiental. Sin embargo, se requiere, fortalecer las capacidades empresariales en los otros ejes de la sostenibilidad para garantizar un impacto duradero y positivo.

5.2. Recomendaciones:

- Es fundamental que a través de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi se implemente un programa inmediatamente para posibilitar que las prácticas empresariales sean sostenibles, mediante la capacitación, motivación y persuasión integral de los departamentos de la organización, formando sobre los ejes de la sostenibilidad, que permitan contribuir a la concientización a la conservación del planeta y al desarrollo consciente de la provincia del Carchi.
- Es esencial incorporar en los emprendimientos de forma permanente un área financiera que desempeñe un papel proactivo enfocado a promover activamente la comprensión entre la gestión financiera adecuada y la sostenibilidad empresarial, a través de capacitaciones sobre la interpretación de estados financieros que permitan identificar oportunidades, ahorro, eficiencia y toma de decisiones estratégicas, con la finalidad de fomentar la gestión eficaz de los recursos financieros para la promoción de prácticas comerciales sostenibles.
- Es necesario que la carrera de Administración de Empresas de la "UPEC" brinde capacitaciones de forma permanente al sector comercial en Carchi sobre formas de motivación del talento humano hacia la sostenibilidad, acción empresarial, comportamiento planificado y marketing sostenible, promoviendo que las empresas desarrollen estrategias de comunicación y promoción que transmitan el compromiso de la empresa, teniendo como propósito mejorar la imagen de marca y generar conciencia en los clientes sobre la importancia de prácticas sostenibles.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, J., Pérez, L., & Quijano, C. (2017). Factores que influyen en la sostenibilidad de los emprendimientos en la provincia de Carchi. *Revista Conrado*. 13(58), 67-72. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/648>
- Alarcón, L. y Ordoñez, J. (2015). Retorno migratorio y emprendimiento en Loja. [PDF]. *Revista Cepal*. 1(117), 1-18. <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/39465>
- Agenda (2030, 25 de septiembre de 2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. NOTICIAS ONU. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Arechavala, J y García, B. (2016). Panorama de la investigación en las ciencias económicas administrativas. (Primera ed). ICSB mEX. https://www.researchgate.net/profile/SoniaDuran/publication/317098596_Estrategias_gerenciales_y_formacion_deequipos_de_trabajo/links/5925d8dba6fdcc4443419300/Estrategias-gerenciales-y-formacion-de-equipos-de-trabajo.pdf
- Auquilla, N. (2019). La gestión financiera y la sostenibilidad de las Cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 en El cantón riobamba. [Tesis de Posgrado, Universidad Técnica de Ambato]. <file:///C:/Users/artur/Downloads/T4657M.pdf>.
- Barriga, E. (2012). Capacidad empresarial y desarrollo económico. *Revista Universal*. 1, (93), 1-14.
- Camargo, A., Latorre, L., y Gómez, J. (2021). Fortalezas y oportunidades del emprendimiento sostenible en Colombia. *Cuadernos de Administración*, 36(68), 190-203. <https://doi.org/10.25100/cdea.v36i68.9468>
- Cohen, B., & Winn, M. I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 29-49. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.12.001>
- Carhuanchu, I., y Nolasco, F. (2021). Análisis de la actitud emprendedora en una industria de la construcción, Lima 2020. *Revista Espíritu Emprendido*, 5, (2), 97-109. <file:///C:/Users/artur/Downloads/266-Texto%20del%20art%C3%ADculo-929-2-10-20210628.pdf>
- Cahui, L., y Fernández, D. (2023). Estrategias de marketing digital y su incidencia en el crecimiento sostenible de la micro y pequeña empresa: Análisis de casos. *Revista economía y Negocios*. 4, (2), 297-318. <https://doi.org/10.33326/27086062.2022.2.1246>

- Camino, W. (2018). Sostenibilidad de los emprendimientos del sector comercial de Santa Rosa, El Oro periodo 2016 – 2018. [Tesis de Pregrado, Universidad de Machala]. file:///C:/Users/artur/Downloads/TTMUACE-2018-MAE-CD00017.pdf
- Chirinos, Y., Meriño, V., Martínez, C., & Pérez, C. (2018). Sustainable Entrepreneurship for the Economic Development of SMEs. *Revista Espacios*, 39(7), 1–11. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=b5ad87fd44bd4dadbd2a6218b24d8fe86e24ff1>
- Camino, W. (2018). "Sostenibilidad de los emprendimientos del sector Comercial de santa rosa, el oro periodo 2016 – 2018. [Tesis de posgrado, Universidad Técnica de Machala]. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/13314>
- Duarte, A. (2022, 6 de abril). Confiabilidad con Omega de McDondonal's de un Instrumento. [You Tube]. https://www.google.com/search?q=confiabiliada+con+omega+mcdonald%27s&rlz=1C1GCEA_enEC904EC904&oq=confiabiliada+con+omega+&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqCQgCECEYChigATIGCAAQRrg5MgkIARAhGAoYoAEyCQgCECEYChigAdIBCDk2NzVqMGo3qAIAAsAIA&sourceid=chrome&ie=UTF-8#fpstate=ive&vld=cid:4603828f,vid:e7SnOsPmK_o
- Dwivedi, A. & Weerawardena, J. (2018). Conceptualizing and operationalizing the social entrepreneurship construct. *Revisita. Journal of Business research*, 86, 32-40. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.053>
- Dopazo, M. (2023). El diseño de productos sostenibles como paradigma preceptivo: evolución normativa y régimen jurídico propuesto en la unión europea. *Revista Actualidad Jurídica Ambiental*, (132), 1-57. <https://www.actualidadjuridicaambiental.com/wp-content/uploads/2023/03/2023-03-06-Dopazo-Dise%C3%B1o-productos-sostenibles.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022, 4 de diciembre). Visualizador de Estadísticas Empresariales. INEC. <https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadisticasEmpresariales/Dportada>
- ICSEd-Prodem. (2021). *Condiciones sistémicas e institucionalidad para el emprendimiento y la innovación. Hacia una agenda de integración de los ecosistemas en los países de la Alianza del Pacífico*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Condiciones-sist%C3%A9micas-e-institucionalidad-para-el-emprendimiento-y-la-innovaci%C3%B3n-Hacia-una-agenda-de-integraci%C3%B3n-de-los-ecosistemas-en-los-pa%C3%ADses-de-la-Alianza-del-Pac%C3%ADfico.pdf>
- Jaramillo, F. (2022, 18 de septiembre). Muchas Empresas poco emprendimiento. *Primicias.ec*. <https://www.primicias.ec/noticias/firmas/muchas-empresas-poco-emprendimiento-ecuador/>

- Jiménez, M. (2017). Tráfico fronterizo en la provincia de Carchi durante el período 2013-2016 y su incidencia en el desarrollo de la economía local. [Tesis de Grado, Universidad de Guayaquil]. <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/9976809a-1f44-4d73-99ca-3de932d37a7b/content>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., y Ordeñana, X. (2020). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador. Revista ESPAE. 1, (2), 1-65. https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf
- López, J. (2012). Modelos actitudinales y emprendimiento sostenible. Revista Cuides, 8, 111–131. http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/1402/Act_Emp_Sost.pdf?sequence=
- Leal, G. (2016). Debate sobre la sostenibilidad. Desarrollo conceptual y metodológico de una propuesta de desarrollo urbano para la ciudad-región Bogotá en clave de ciudad Latinoamericana Alcaldía Mayor de Bogotá. Colombia. [Archivo PDF]. http://www.buyteknet.info/fileshare/data/ambides_lect/Naredo.pdf
- Madroñero, S., y Guzmán, T. (2018). Desarrollo sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias. Revista Tecnología en Marcha, 31(3), 1-9. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/tem/v31n3/0379-3982-tem-31-03-122.pdf>
- Martínez, C. (2014). Los pilares del desarrollo sostenible sofisma o Realidad. Ediciones. Universidad Santo Tomás. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/23249/Los%20pilares%20del%20desarrollo%20sostenible%20sofisma%20o%20realidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Méndez, J., y Rodríguez, Y. (2019). Factores socioculturales que influyen en emprendimientos sostenibles. (Archivo PDF). <file:///C:/Users/artur/Downloads/MendezCelisJamesAlejandro2019.pdf>
- Moreno, K., Medina, D., y Cepeda, D. (2022). Actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres de la provincia de Tungurahua (Ecuador). Revista de Economía del Caribe. 1 (22), 1-12. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/318/3183287006/>
- McMullen, J.S. y Shepherd, D.A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132–152.
- Morales, P. (2011). Guía para construir cuestionarios y escalas de actitudes. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. (Archivo PDF). <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/Construcci%C3%B3n-de-cuestionarios-y-escalas-Morales-V.-Pedro-2011.pdf.pdf>
- Moya, C., I., Ribes, G., y Pantoja, D. (2020). Configurations of sustainable

development goals that promote sustainable entrepreneurship over time. *Sustainable Development*, 28(4), 572–584. <https://doi.org/10.1002/sd.2009>

Mendoza, T. y Martínez, E. (2017). Incidencia del sector comercial la Dolorosa de la ciudad de Riobamba en el desarrollo económico de La zona, período 2015. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/3838/1/UNACH-EC-FCP-ING-COME-2017-0015.pdf>

McGee, J.E., Peterson, M., Mueller, S.L., & Sequeira, J.M. (2009). Entrepreneurial Self-efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 965-988.

Naciones Unidas. (2015). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cb30a4de-7d87-4e79-8e7a-ad5279038718/content>

Ozgen, E. y Baron, R.A. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 174-192.

Ordoñez, D., Calderón, J., y Padilla, L. (2021). Revisión de literatura de la teoría del comportamiento planificado en la decisión de compra de productos orgánicos. *Revista Nacional de Administración*. 12, (1), 1-12. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-49322021000100010

Pitre, R. Rodríguez, J., Hernández, H. & Cardona, D. (2017). Emprendimiento competitivo y productivo como renovador del sector salud en la región Caribe. *Revista Espacios*, 38(42), 7-16. <http://www.revistaespacios.com/a17v38n42/a17v38n42p07.pdf>

Patzelt, H., & Shepherd, D. (2011). Recognizing opportunities for sustainable development. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(4), 631–652. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00386.x>

Reyes, J., & Hidalgo, A. (2020). Actitud emprendedora desde una perspectiva digital. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(5-1), 90-106. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.326>

Rodríguez, A. (2019). Cultura empresarial en estudiantes universitarios. *Articulo_cientifico_cultura_empresarial_actitud_emprendedora_emprendimiento_espiritu_emprendedor Researchgate*, 1(1), 18. <https://www.researchgate.net/publication/330411226>

Rodríguez, C. (2022). *Gestión empresarial en el desarrollo de capacidades docentes que impulsen el emprendimiento sostenible*. *Revista Catedra*, 5(2), 1-13. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CATEDRA/article/view/3553/4817>

Ribbeck, C. (2014). Análisis e interpretación de estados financieros: herramienta

clave para la toma de decisiones en las empresas de la industria metalmeccánica del distrito de Ate Vitarte, 2013. [Tesis de Pregrado, Escuela profesional de Contabilidad y Finanzas. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/11112/ribbeck_gcg.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez, D. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Revista Katharsis*, (21), 419-448. <file:///C:/Users/artur/Downloads/Dialnet-EmprendimientoSostenibleSignificadoYDimensiones-5850542.pdf>

Rodríguez, J. (2020). Reportes de Sostenibilidad en empresas grandes. Reportes De sostenibilidad en empresas grandes. CEMDES – ESPAE. <https://www.espae.espol.edu.ec/reportes-de-investigacion/>

Shane, s. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 11, 448-469.

Sánchez, N. (2012). La sostenibilidad en el sector empresarial. Importancia de los distintos grupos de interés en el proceso de cambio. [Tesis de Pregrado, Universidad Politécnica de Catalunya]. <https://upcommons.upc.edu/handle/2099.1/18820>

Schaltegger, S., Beckmann, M., & Hockerts, K. (2018). Collaborative entrepreneurship for sustainability. Creating solutions in light of the UN sustainable development goals. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 10(2), 131–152. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2018.092709>

Sepulveda, C. y Gutiérrez, W. (2016). *Sostenibilidad de los emprendimientos: Un análisis de los factores determinantes*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21 (73), 1-18. <https://www.redalyc.org/pdf/290/29045347003.pdf>

Tapia, R. (2022). *Emprendimiento y la capacidad empresarial de Jóvenes emprendedores del Mercado San Camilo, Arequipa 2022*. [Tesis de Pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/91266/Tapia_CHRCH-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Urgilés, G. y Urgilés, E. (2021). Economía pos-pandemia para el sector comercial en el Carchi. *Revista Visión Empresarial*. (11), 1-28. <https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/visionempresarial/article/view/1061>

Urresta, R., Viveros, L., Solarte, C., y Rivera, G. (2022). Emprendimiento sostenible en la zona de integración fronteriza Ecuador – Colombia, un modelo para el desarrollo. *Universidad Politécnica estatal de Carchi*. (1), 1-26

Valle, A. (2020). La planificación financiera una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales. *Revista Universidad y Sociedad*, 12, (3). 1-12. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300160

- Valencia, W., y Esquivel, M. (2022). La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en latinoamerica en tiempos de pandemia. *Revista Multidisciplinar Ciencia Latina*. 6, (1). 1-21. file:///C:/Users/artur/Downloads/1507-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5827-2-10-20220716%20(1).pdf
- Viveros, L., Solarte, C., Rivera, G. (2018). Emprendimiento sostenible en la zona de integración fronteriza Ecuador – Colombia, un modelo para el desarrollo. Dirección de Investigación UPEC. <https://upec.edu.ec/subsitios/citt/index.php/proyectos/2015-2>
- Zahra, S. A., Newey, L. R., & Li, Y. (2014). On the frontiers: The implications of social entrepreneurship for international entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 137-158. Doi: 10.1111/etap.12061

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

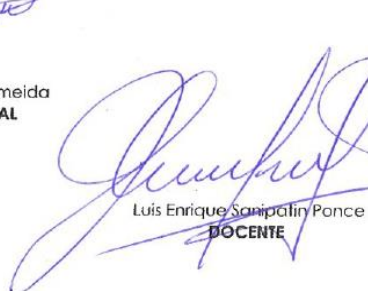
| ESTUDIANTE: | Potosí Estrada Jasmin Daniela | CÉDULA DE IDENTIDAD: | 0401852363 |
|----------------------------|--|-----------------------------|--|
| PERIODO ACADÉMICO: | 2023B | | |
| PRESIDENTE TRIBUNAL | Luis Homero Viveros Almeida | DOCENTE TUTOR: | Freddy Richard Quinde Sari |
| DOCENTE: | Luis Enrique Sanipalín Ponce | | |
| TEMA DEL TIC: | La capacidad de los empresarios para llevar a cabo un emprendimiento sostenible en el sector comercial en Carchi | | |
| No. | CATEGORÍA | Evaluación cuantitativa | OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES |
| 1 | PROBLEMA - OBJETIVOS | 7,00 | |
| 2 | FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 7,00 | Justificar la aplicación de la teoría en el análisis de resultados y discusión |
| 3 | METODOLOGÍA | 7,00 | Clarificar y citar la población, muestreo y estratificación. Justificar la población. |
| 4 | RESULTADOS | 7,00 | Mejorar análisis desde la perspectiva teórica. Exponer y justificar la aceptación o rechazo de la hipótesis. |
| 5 | DISCUSIÓN | 7,00 | Utilizar la teoría y los antecedentes para la triangulación |
| 6 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 7,00 | Mejorar según ajustes de los resultados y cumplimiento de objetivos. |
| 7 | DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL | 7,00 | Mejorar la argumentación |
| 8 | FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN | 7,00 | Mejorar y revisar citas y redacción. |

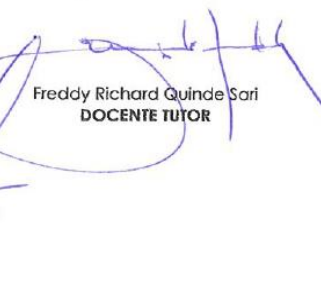
Obteniendo una nota de: **7,00** Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **miércoles, 13 de marzo de 2024**


Luis Homero Viveros Almeida
PRESIDENTE TRIBUNAL


Luis Enrique Sanipalín Ponce
DOCENTE


Freddy Richard Quinde Sari
DOCENTE TUTOR

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR


| ESTUDIANTE: | Quiroz Quetal Nataly Gabriela | CÉDULA DE IDENTIDAD: | 0450061809 |
|----------------------------|--|-----------------------------|--|
| PERIODO ACADÉMICO: | 2023B | | |
| PRESIDENTE TRIBUNAL | Luis Homero Viveros Almeida | DOCENTE TUTOR: | Freddy Richard Quinde Sari |
| DOCENTE: | Luis Enrique Sanipalín Ponce | | |
| TEMA DEL TIC: | La capacidad de los empresarios para llevar a cabo un emprendimiento sostenible en el sector comercial en Carchi | | |
| No. | CATEGORÍA | Evaluación cuantitativa | OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES |
| 1 | PROBLEMA - OBJETIVOS | 7,00 | |
| 2 | FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 7,00 | Justificar la aplicación de la teoría en el análisis de resultados y discusión |
| 3 | METODOLOGÍA | 7,00 | Clarificar y citar la población, muestreo y estratificación. Justificar la población. |
| 4 | RESULTADOS | 7,00 | Mejorar análisis desde la perspectiva teórica. Exponer y justificar la aceptación o rechazo de la hipótesis. |
| 5 | DISCUSIÓN | 7,00 | Utilizar la teoría y los antecedentes para la triangulación |
| 6 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 7,00 | Mejorar según ajustes de los resultados y cumplimiento de objetivos. |
| 7 | DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL | 7,00 | Mejorar la argumentación |
| 8 | FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN | 7,00 | Mejorar y revisar citas y redacción. |

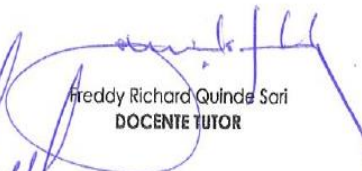
Obteniendo una nota de: **7,00** Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **miércoles, 13 de marzo de 2024**


Luis Homero Viveros Almeida
PRESIDENTE TRIBUNAL


Luis Enrique Sanipalín Ponce
DOCENTE


Freddy Richard Quinde Sari
DOCENTE TUTOR

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

| ABSTRACT- EVALUATION SHEET | | | | |
|--|--|---|--|---|
| NAME: Nataly Gabriela Quiroz Quelal y Jasmin Daniela Potosi Estrada | | | | |
| DATE: 26 de abril de 2024 | | | | |
| Topic: "La capacidad de los empresarios para llevar a cabo un emprendimiento sostenible en el sector comercial en Carchi" | | | | |
| MARKS AWARDED | | QUANTITATIVE AND QUALITATIVE | | |
| VOCABULARY AND WORD USE | Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic | Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic | Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic | Limited vocabulary and inadequate words related to the topic |
| | EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/> | GOOD: 1 Vera Játiva Edwin Andrés,5 <input type="checkbox"/> | AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/> | LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/> |
| WRITING COHESION | Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs. | Adequate progression of ideas and supporting paragraphs. | Some progression of ideas and supporting paragraphs. | Inadequate ideas and supporting paragraphs. |
| | EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/> | GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/> | AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/> | LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/> |
| ARGUMENT | The message has been communicated very well and identify the type of text | The message has been communicated appropriately and identify the type of text | Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing | The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate |
| | EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/> | GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/> | AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/> | LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/> |
| CREATIVITY | Outstanding flow of ideas and events | Good flow of ideas and events | Average flow of ideas and events | Poor flow of ideas and events |
| | EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/> | GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/> | AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/> | LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/> |
| SCIENTIFIC SUSTAINABILITY | Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement | Minor errors when supporting the thesis statement | Some errors when supporting the thesis statement | Lots of errors when supporting the thesis statement |
| | EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/> | GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/> | AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/> | LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/> |
| TOTAL/AVERAGE | 9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED | | TOTAL 9 | |

Anexo 3. Formato de la encuesta



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CAPACIDAD DE LOS EMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIAL PARA LLEVAR A CABO UN EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE EN CARCHI
ENCUESTA/001

Objetivo: Determinar la capacidad de los empresarios del sector comercial hacia la implementación de emprendimientos sostenibles en Carchi.

Responder este cuestionario le tomará aproximadamente 15 minutos. Su participación es voluntaria y expresa su consentimiento para el uso de la información obtenida, misma que tiene carácter confidencial y será utilizada únicamente con fines académicos.

DATOS INFORMATIVOS:

- **GÉNERO DEL PROPIETARIO:**
Masculino _____ Femenino _____ LGBTI _____
- **NIVEL DE ESTUDIOS DEL PROPIETARIO:**
Ninguno _____ Básica _____ Bachillerato _____ Pregrado _____ Posgrado _____
Técnico _____ Tecnología _____
- **TIPO DE EMPRESA:**
Empresa Unipersonal _____ Sociedad anónima _____ Compañía Limitada _____
Otra _____ Cuál? _____
- **NÚMERO DE EMPLEADOS:**
Hasta 10: _____ Entre 11 y 50: _____ Entre 51 y 200: _____ Más de 200 _____
- **AÑOS DE EXISTENCIA DE LA EMPRESA:**
Menos de 5 _____ 5- 10 _____ 11-15 _____ Más de 15 _____

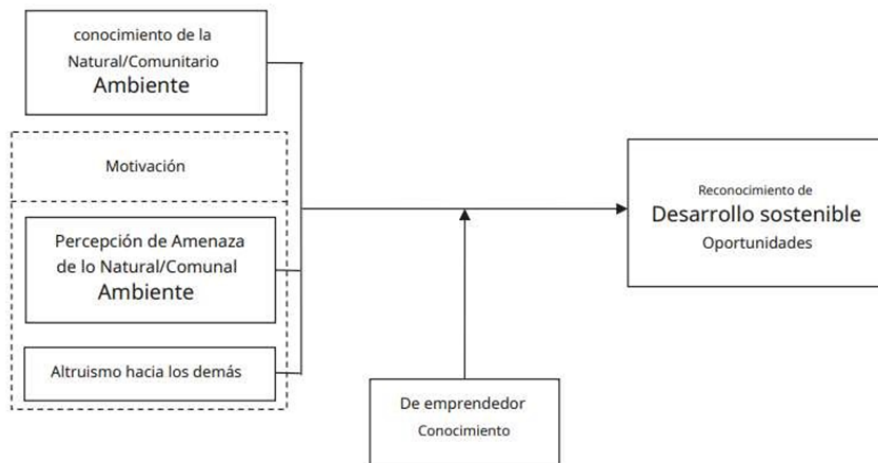
Con base en su experiencia como emprendedor antes de ser empresario comercial, por favor, marque la opción que considere adecuada, conforme a que tan de acuerdo esta con las siguientes afirmaciones, considerando que 1 significa "totalmente en desacuerdo"; 2 "en desacuerdo"; 3 "indiferente"; 4 "de acuerdo"; y 5 "totalmente de acuerdo".

| CAPACIDAD PARA LLEVAR A CABO EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES | ESCALA DE VALORACIÓN | | | | |
|--|----------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| PRODUCTOS O SERVICIOS SOSTENIBLES | | | | | |
| Identifico la necesidad de un producto/servicio sostenible | | | | | |
| Diseño un producto o servicio sostenible | | | | | |
| Explico ideas sostenibles | | | | | |
| Identifico y creo visiones sostenibles | | | | | |
| Delego tareas de sostenibilidad | | | | | |
| Contratos empleados que practiquen la sostenibilidad | | | | | |
| Trato los problemas de sostenibilidad | | | | | |
| GESTION FINANCIERA HACIA LA SOSTENIBILIDAD | | | | | |
| Estimo los fondos para un negocio sostenible | | | | | |
| Leo e interpreto estados financieros sostenibles | | | | | |
| Organizo y mantengo registros financieros sostenibles | | | | | |
| Gestiono los activos financieros sostenibles | | | | | |
| ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD | | | | | |
| Motivo a los empleados hacia la sostenibilidad | | | | | |
| Establezco contacto sobre cuestiones de sostenibilidad | | | | | |
| Formo a los empleados para la sostenibilidad | | | | | |
| Estimo la demanda de los clientes sostenibles | | | | | |
| Diseño la campaña de marketing/publicidad | | | | | |

Encuestado por:

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 4. Acción empresarial



Anexo 5. Objetivos de Desarrollo Sostenible.

