

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: “Las potencialidades y el desarrollo emprendedor en el cantón San Pedro de Huaca”

Trabajo de titulación previa la obtención del Título de
Ingeniero en Administración de Empresas y Marketing

AUTORAS: Cristina Elizabeth Coral Velasco
Evelin Zuleima Ordóñez Sarchi

TUTOR: Msc. Freddy Quinde Sari

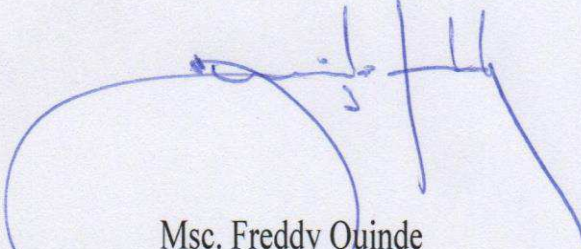
TULCÁN - ECUADOR

2018

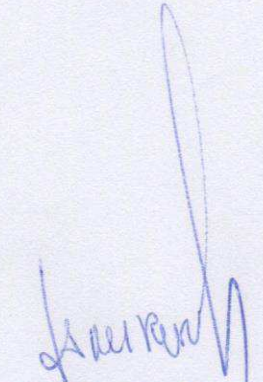
CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certifico que las estudiantes Cristina Elizabeth Coral Velasco con el número de cédula 0402004808 y Evelin Zuleima Ordóñez Sarchi con el número de cédula 0401479191, han elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Las Potencialidades y el desarrollo emprendedor en el cantón San Pedro de Huaca”.

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



Msc. Freddy Quinde
Tutor



Msc. Ramiro Urresta
Lector

Tulcán, 19 de septiembre de 2018

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía. Carrera de Administración de Empresas y Marketing.

Nosotras, Cristina Elizabeth Coral Velasco con cédula de identidad número 0402004808 y Evelin Zuleima Ordóñez Sarchi con cédula de identidad número 0401479191 declaramos que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



Cristina Elizabeth Coral Velasco
C.C 040200480-8



Evelin Zuleima Ordóñez Sarchi
C.C 040147919-1

Tulcán, 19 de septiembre de 2018

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotras, Cristina Elizabeth Coral Velasco y Evelin Zuleima Ordóñez Sarchi, declaramos ser autoras de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Las potencialidades y el desarrollo emprendedor en el Cantón San Pedro de Huaca” y eximimos expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



Cristina Elizabeth Coral Velasco

C.C 040200480-8



Evelin Zuleima Ordóñez Sarchi

C.C 040147919-1

Tulcán, 19 de septiembre de 2018

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por darnos la vida, ser el guía de nuestro camino para cumplir esta meta.

A nuestras familias por el apoyo incondicional.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por la formación académica y profesional.

Un agradecimiento especial a Freddy Quinde por su apoyo y tiempo dedicado para el desarrollo de este trabajo de investigación que, aparte de ser nuestro tutor, es un amigo más, a nuestros amigos y amigas, por los momentos compartidos en el aula y a todas las personas que de una u otra forma nos han apoyado.

Cristina y Evelin.

DEDICATORIA

A Dios por darme la salud y la vida.

A mis padres, simplemente me llenan de orgullo, no habrá manera de devolverles todo lo que me ofrecieron: su apoyo incondicional, los valores y motivación que me brindaban día a día.

Esta tesis es un logro más que llevo a cabo, y sin lugar a duda ha sido en gran parte gracias a ustedes, no sé dónde me encontraría de no ser por su sacrificio, apoyo, compañía y amor. **Gracias Padres Antonio y Narcisa.**

A **Jorge, Víctor, Amílcar, Félix y Andrea**, por estar constantemente a mi lado y apoyarme como grandes amigos, confié en ustedes, gracias por todo y a pesar de las peleas, somos hermanos y siempre estaremos juntos.

Cristina Coral

A Dios por ser mi luz y guía durante este arduo camino.

A **Jorge y Gleis**, mis padres, por su amor incondicional, apoyo absoluto, sus consejos de motivación para seguir adelante con este objetivo académico.

A mi hermano **Jerson**, pilar fundamental para seguir adelante, con su ejemplo me impulsa a ser mejor persona.

Evelin Ordóñez

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR	2
AUTORÍA DE TRABAJO	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	6
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14
I. PROBLEMA	15
1.1. Planteamiento del problema	15
1.2. Formulación del problema	16
1.3. Justificación	16
1.4. Objetivos y preguntas de investigación	17
1.4.1. Objetivo general.....	17
1.4.2. Objetivos específicos.	17
1.4.3. Preguntas de investigación.....	17
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	18
2.1. Antecedentes investigativos	18
2.1.1. La identificación de Potencialidades PNUD.....	18
2.1.2. Global Entrepreneurship Monitor (GEM).....	18
2.1.3. Perfil del emprendedor del norte del Ecuador	19
2.1.4. El emprendimiento y la innovación como el eje del desarrollo económico	19
2.2. Marco teórico.....	20
2.2.1. Potencialidad existente en el territorio.....	20
2.2.1.1. Recursos naturales como potencialidad del territorio.	20
2.2.1.2. Infraestructura económica como base potencial en el cantón San Pedro de Huaca.	21
2.2.1.3. El capital financiero a manera de potencialidad.....	22
2.2.1.4. El capital social – cultural potencial territorial.	22
2.2.2. Emprendimiento	23
2.2.2.1. Teoría de emprendimiento	23
III. METODOLOGÍA	24
3.1. Enfoque metodológico.....	24
3.1.1. Enfoque.....	24
3.1.2. Tipos de investigación.	24
3.2. Idea a defender	25
3.3. Definición y operacionalización de variables	25
3.3.1. Definición de variables	25
3.3.1.1. Variable Independiente	25
3.3.1.2. Variable Dependiente.....	26

3.3.2.	Operacionalización de variables	26
3.4.	Métodos utilizados	26
3.4.1.	Métodos.....	26
3.4.2.	Técnicas.....	27
3.4.2.1.	Encuesta.....	27
3.4.2.2.	Observación	28
3.5.	Análisis estadístico	28
3.5.1.	Población	28
3.5.2.	Muestra.....	29
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		31
4.1.	Resultados	31
4.1.1.	Potencialidades del Cantón San Pedro de Huaca.....	31
4.1.1.1.	Potencialidades con base al Recurso Natural.....	31
4.1.1.2.	Infraestructura económica como potencialidad del Cantón	32
4.1.1.3.	Nivel potencial de Capital financiero.....	33
4.1.1.4.	Potencialidades de acuerdo al Capital social y cultural	34
4.1.2.	Desarrollo emprendedor	35
4.1.2.1.	Giro del negocio	36
a.	Transformación como actividad del negocio	37
b.	Orientación a negocios en base a la actividad realizada.....	38
c.	Giro del negocio orientado a consumidores	39
4.1.2.2.	Motivación como eje para emprender.....	40
4.1.2.3.	Etapa de Desarrollo.....	40
a.	Etapa inicial de desarrollo del emprendimiento	40
b.	El emprendimiento y su desarrollo en la actualidad.....	41
4.1.2.4.	Competitividad del negocio	42
a.	Apreciación del sector atractivo según el emprendedor en la etapa inicial y actual.....	42
b.	Consideración de la competitividad inicial frente a la competencia actual del negocio.	43
4.1.2.5.	Contexto y condición	43
a.	Obtención del financiamiento para emprender	43
b.	Conocimiento de políticas gubernamentales que apoyen al emprendimiento.....	44
c.	Posesión del local de los emprendedores en la etapa inicial y actual	45
d.	El emprendedor ha realizado investigaciones de mercados para iniciar su negocio.	46
4.1.3.	Potencialidades que influyen en el desarrollo emprendedor.....	46
4.2.	Discusión.....	47
4.2.1.	Potencialidades del Cantón San Pedro de Huaca.....	47
4.2.1.1.	Análisis de la orientación de los negocios en función del aprovechamiento de las potencialidades	47
4.2.2.	Desarrollo emprendedor	48
4.2.2.1.	Giro del Negocio.....	48

a. Análisis de la orientación del negocio con respecto a la edad de los emprendedores	48
b. Nivel de ingresos mensuales de los emprendimientos en función del giro de negocio	49
c. El nivel de educación de los emprendedores con respecto a la actividad del negocio	50
d. El género de los emprendedores y su actividad de negocio	51
4.2.2.2. Motivación como eje para emprender.....	52
a. Análisis de la influencia de la edad con respecto de la motivación del emprendedor.....	52
4.2.2.3. Etapa de Desarrollo.....	53
a. Número de trabajadores en función de la actividad del emprendimiento.....	53
4.2.2.4. Contexto y condición	54
a. El financiamiento en función de la actividad comercial.....	54
4.3. Respuesta al problema planteado.....	55
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
5.1. Conclusiones.....	56
5.2. Recomendaciones	58
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
VII. ANEXOS.....	62
7.1. Anexo 1. Formato ficha de observación potencialidades	62
7.2. Anexo 2. Formato encuesta a emprendedor.....	63
7.3. Anexo 3. Manual de instrucciones para el llenado de la encuesta.	65
7.4. Anexo 4. Base emprendedores Cantón San Pedro de Huaca.	77
7.5. Anexo 5. Ficha de observación potencialidades aplicada.....	83
7.6. Anexo 6. Encuesta a emprendedores aplicada.....	84
7.7. Anexo 7. Giro del Negocio.....	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	26
Tabla 2. Orientación de los negocios en función del aprovechamiento de potencialidades	48
Tabla 3. Porcentaje de la edad considerando la orientación del negocio	49
Tabla 4. El Nivel de ingresos de los emprendimientos de acuerdo a la orientación del negocio	50
Tabla 5. El nivel de educación de los emprendedores y la relación con la orientación de los negocios	50
Tabla 6. Genero de los emprendedores y su orientación del negocio.	51
Tabla 7. Motivación para emprender en función de la edad	52
Tabla 8. Número de trabajadores en función de la actividad del emprendimiento	53
Tabla 9. El financiamiento en función de la actividad comercial	55

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Plano base de la Ciudad de Huaca	30
<i>Figura 2.</i> Recursos naturales en función de superficies naturales	31
<i>Figura 3.</i> Recursos Naturales Ganado	32
<i>Figura 4.</i> La infraestructura Económica en base a red vial	32
<i>Figura 5.</i> Infraestructura Económica con relación a la población con servicios de energía	33
<i>Figura 6.</i> Potencial financiero del cantón San Pedro de Huaca	34
<i>Figura 7.</i> El Capital Social y Cultural como indicador restaurantes y comedores populares	34
<i>Figura 8.</i> El capital social y cultural enfocado en la producción y ganadería	35
<i>Figura 9.</i> Giro del negocio	36
<i>Figura 10.</i> Transformación como actividad de negocio	37
<i>Figura 11.</i> Orientación a negocios en base a la actividad realizada	38
<i>Figura 12.</i> Giro del negocio orientado a consumidores	39
<i>Figura 13.</i> Motivación como eje para emprender.....	40
<i>Figura 14.</i> Registro legal de los emprendimientos en su etapa inicial.....	40
<i>Figura 15.</i> Registro de los emprendimientos en la etapa actual	41
<i>Figura 16.</i> Apreciación del sector según el emprendedor en la etapa inicial y actual	42
<i>Figura 17.</i> Consideración de la competitividad inicial frente a la competencia actual del negocio.	43
<i>Figura 18.</i> Financiamiento para emprender.....	44
<i>Figura 19.</i> Conocimiento de políticas gubernamentales que apoyen al emprendimiento.....	44
<i>Figura 20.</i> Posesión del local de los emprendedores en la etapa inicial y actual.....	45
<i>Figura 21.</i> El emprendedor ha realizado investigaciones de mercados para iniciar su negocio.	46
<i>Figura 22.</i> Potencialidades que influyen en el desarrollo emprendedor.	47

RESUMEN

Los resultados de la investigación hacen énfasis en las potencialidades y el desarrollo emprendedor del Cantón San Pedro de Huaca. Se considera que existen cuatro potencialidades, establecidas por el PNUD haciendo hincapié en los recursos naturales, la infraestructura económica, el capital financiero y el capital social – cultural, quienes en la actualidad no son consideradas antes de emprender y crear un negocio, que ayude a solventar las necesidades económicas de las personas. En base a las potencialidades; es evidente, en San Pedro de Huaca se encuentran las cuatro potencialidades antes mencionadas, que no se consideran para emprender, para ello se define: los recursos naturales como la dimensión ambiental y el activo de desarrollo para dicho cantón, en cambio, la infraestructura económica es la base que promueve la equidad entre las personas y el entorno, haciendo partícipes a la comunidad, de los servicios básicos mejorando la calidad de vida; de igual manera, se presenta el capital financiero a modo de impulsor primordial para la creación de emprendimientos con la ayuda de entidades financieras que generen capital para invertir, el capital social – cultural es aquella potencialidad enfocada en el aprovechamiento eficiente de los recursos locales para generar oportunidades de empleo. De acuerdo al emprendimiento es evidente que el cantón posee una diversidad de negocios apegados a pequeños emprendimientos, los cuales generan ingresos rentables que ayudan a solventar los gastos generados por los emprendedores y se considera que no tiene relación con las potencialidades que están presentes en el cantón San Pedro de Huaca, pese a ello según la investigación es evidente que ningún emprendedor realiza investigación para iniciar una actividad económica y la mayor parte de población se motiva a emprender por necesidad, al no contar con recursos económicos que les permita mejorar su calidad de vida.

Palabras claves: potencialidades, recursos naturales, infraestructura económica, capital financiero, capital social – cultural, desarrollo emprendedor.

ABSTRACT

The results of the research emphasize the potential and entrepreneurial development of the Canton San Pedro de Huaca. It is considered that there are four potentialities, established by UNDP with emphasis on natural resources, economic infrastructure, financial capital and social-cultural capital, which are currently not considered before undertaking and Create a business that helps to solve people's economic needs. On the basis of potential; It is evident, that in San Pedro de Huaca are present the four potentialities mentioned above, which are not considered to undertake, for this is defined: natural resources as the environmental dimension and development asset for that Canton. On the other hand, the Economic infrastructure is the foundation that promotes equity between people and the environment, involving the community, the basic services improving the quality of life; In the same way, financial capital is presented as a primary driver for the creation of enterprises with the help of financial institutions that generate capital to invest. The social-cultural capital is that potential focused on the efficient use of local resources to generate employment opportunities. According to the entrepreneurship, it is clear that the canton has a diversity of businesses attached to small enterprises, which generates profitable income that helps to solve the expenses generated by entrepreneurs and it is considered to be unrelated to the potentialities that are present in the San Pedro de Huaca canton. Despite this, according to the research is evident that no entrepreneur conducts research to start an economic activity and the majority of the population is motivated to undertake by necessity, to not have economic resources that nill allow them to improve their quality of life.

Keywords: potentialities, natural resources, economic infrastructure, financial capital, social-cultural capital, entrepreneurial development.

INTRODUCCIÓN

Las potencialidades medidas en dicha investigación conllevaron a realizar una fundamentación teórica basada en las potencialidades establecidas por el PNUD (2005) y son: recursos naturales, infraestructura económica, capital financiero y capital social-cultural; son muy importantes para establecer la incidencia en el desarrollo emprendedor en el cantón San Pedro de Huaca.

En la presente investigación se detallan cuatro capítulos fundamentales en función de la información obtenida pertinente a las potencialidades y el desarrollo emprendedor en el cantón San Pedro de Huaca.

La problemática afrontada durante la indagación, muestra las variables investigativas con sus causa y efectos claramente justificados para realizar la investigación, los objetivos y preguntas de investigación planteados marcan el alcance del proyecto de investigación.

La fundamentación teórica, detalla los antecedentes investigativos mostrando una similitud con trabajos investigativos en relación del problema planteado, las conceptualizaciones teóricas fundamenten las variables de investigación.

El establecimiento de la metodología dio como resultado que la investigación tenga un enfoque cualitativo para la explicación del desarrollo emprendedor en el cantón San Pedro de Huaca, mientras que, el método cuantitativo se utilizó para el análisis estadístico; como también, en la investigación se aplicó tipos de investigación como: exploratoria apegada a fuentes secundarias, descriptiva para el análisis de las interrogantes y la investigación de campo que permitió recolectar la información veraz y confiable mediante la formulación de la encuesta y la ficha de observación.

En los resultados y discusión se muestra lo encontrado en el cantón San Pedro de Huaca en función de las potencialidades y el desarrollo emprendedor enfocado en el giro de negocio, la motivación para emprender, etapa de desarrollo de los emprendimientos, la competitividad del negocio y el contexto y condición.

I. PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Según la Escuela de Negocios ESPOL, Ecuador posee potencialidad agrícola, ganadera, pesquera, agroindustrial, turística, comercial, industria textil, así que, se considera a Carchi como una de las provincias con un alto potencial en la mayoría de esas categorías desconocidas para los habitantes, según datos del último Censo Nacional de la Población y Vivienda 2010, la provincia del Carchi cuenta con una población de 165 mil habitantes, de los cuales 7.624 pertenecen al Cantón San Pedro de Huaca, dentro de este cantón se encuentran registrados 230 emprendedores con patente municipal.

En San Pedro de Huaca, el emprendimiento es una de las mejores alternativas para desarrollar, sin embargo, existen habitantes que no concretan su idea de negocio por temor a fracasar, siendo esta la principal barrera para emprender, la falta de recursos económicos, preparación académica, la escasa experiencia laboral que permita a los habitantes ser competitivos en el ámbito laboral, un estudio de mercado que refleje los gustos y preferencias del cliente/consumidor para ofertar un producto o servicio que satisfagan dichas necesidades presentes en la población, son otros impedimentos para llevar a cabo el emprendimiento tanto en la provincia como en el Cantón San Pedro de Huaca.

La economía del Cantón San Pedro de Huaca según la Agenda para la Transformación Productiva Territorial (2011), se desarrolla actualmente en torno a la producción agropecuaria con enfoque en el monocultivo como la cosecha de papas, zanahoria, oca, remolacha, maíz, habas, arveja etc.; de modo que, las diversas actividades económicas están en estrecha relación con ella con la potencialidad denominada recursos naturales por el PNUD, de igual manera por su ubicación geográfica, este cantón tiene la capacidad de ser un eje comercial de frontera norte y de oferta de servicios complementarios; el turismo científico, ambiental y religioso, siendo una propuesta que no se aprovecha, su biodiversidad y tradición; y, finalmente, el sentido y orgullo de pertenencia, como potencialidades no aprovechadas para integrar su desarrollo económico-social.

En este cantón no se utilizan las potencialidades establecidas por el PNUD (2005) las cuales son: recursos naturales, infraestructura económica, capital financiero y capital social-cultural, como una fuente o herramienta para emprender, los ingresos obtenidos por la

localidad no incrementan en la vida presentes en el mercado y sus habitantes no se sienten motivados para mejorar la calidad de vida que poseen, sin enfrentar retos, romper barreras y deciden desertar la posibilidad de poner en marcha su idea de emprender para mejorar su estabilidad económica y ser más competentes dentro del mercado local y nacional.

1.2. Formulación del problema

¿Cuáles son las potencialidades que influyen en el desarrollo emprendedor en el Cantón San Pedro de Huaca?

1.3. Justificación

Esta investigación fue importante, porque a través de ella se pudo evidenciar cuál es el margen de aprovechamiento de las potencialidades presentes en el Cantón San Pedro de Huaca, siendo este el factor preciso para fomentar el emprendimiento, logrando obtener el desarrollo local y familiar; hoy en día el emprendimiento es una de las alternativas más eficientes que ayuda a generar ingresos a los hogares, según investigaciones anteriores el emprendimiento debe ser aplicado con enfoque a generar fuentes de empleo.

En la provincia del Carchi, el emprendimiento tiene una gran importancia para el desarrollo de la economía local y familiar. El conocimiento sobre la frecuencia de explotación y utilización de las potencialidades y sobre todo entender cuáles son, ayudó a la investigación a concluir que la potencialidad apreciada por los emprendedores del cantón San Pedro de Huaca es el capital financiero considerada como la principal influencia para iniciar una actividad de comercio, y servir de base para fomentar las ayudas por parte de entidades públicas para que así los emprendedores se sientan motivados a seguir con su idea de negocio y logren obtener mayor beneficio.

Mediante el análisis se logró conocer la base de negocios que existen en el cantón San Pedro de Huaca, de igual manera, se evidencia la realidad económica y social del emprendedor, y se indaga cuál es la potencialidad mayor empleada para emprender.

Este proyecto beneficia directamente a: los emprendedores y habitantes del cantón San Pedro de Huaca, porque ayuda a conocer cuáles son las potencialidades que posee su lugar de residencia; Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón San Pedro Huaca permitiéndole

conocer que potencialidad es la optada para emprender y cuál de las potenciales debería ser impulsada para generar mejores ingresos; así mismo, la Universidad Politécnica Estatal del Carchi porque aporta a la creación de proyectos vinculación con la sociedad que impulse a la innovación de nuevos negocios que aporten a la generación de ingresos para mejorar su calidad de vida.

1.4. Objetivos y preguntas de investigación

1.4.1. Objetivo general.

Analizar las potencialidades y el desarrollo emprendedor en el cantón San Pedro de Huaca.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Realizar una fundamentación teórica sobre potencialidades y desarrollo del emprendimiento que sustente la investigación.
- Determinar la metodología investigativa a utilizarse a través de métodos, técnicas e instrumentos adecuados para la recolección veraz de información que explique los mecanismos utilizados en el análisis de las potencialidades del Cantón San Pedro de Huaca y su desarrollo emprendedor.
- Realizar el informe reflejando cuál es la relación entre las potencialidades y el desarrollo emprendedor a través de la metodología del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), que permita el conocimiento de avance del emprendedor del Cantón San Pedro de Huaca.

1.4.3. Preguntas de investigación.

- ¿Cuál es la potencialidad que influye en los emprendimientos creados en el Cantón San Pedro de Huaca?
- ¿Cuál es la orientación de los emprendimientos en el cantón San Pedro de Huaca y su número de empleados?
- ¿Cuál es el principal motivo para emprender en el Cantón San Pedro de Huaca?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes investigativos

Para el desarrollo de la investigación fue necesario realizar el estudio de diferentes antecedentes que hacen énfasis en temas relacionados al problema planteado, y aquellos que permitieron reforzar conocimientos para mejor entendimiento del tema y llegar a una posible solución del problema planteado en el desarrollo de dicha investigación.

2.1.1. La identificación de Potencialidades PNUD

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2005), La identificación de potencialidades, responde a la necesidad frecuente de autoridades y organizaciones sociales de contar con instrumentos de gestión para el desarrollo regional y local, con información actualizada y lo más precisa posible, sobre aquellas actividades productivas.

Según lo investigado el PNUD muestra las potencialidades de estudio y las presenta como: recursos naturales considerando todo aquello presente para ser transformado en materia prima y luego convertir en producto para satisfacer las necesidades del ser humano; infraestructura económica a todo aquello que facilite la actividad de comercio y en si ayude a generar fuentes de ingreso para los hogares, el capital financiero hace énfasis en el financiamiento obtenido para poner en marcha un emprendimiento y por último considera como potencialidad al capital social y cultural como un recurso para explotar a través del turismo, en si luego de explorar las potencialidades cabe señalar que una potencialidad por si mismas no genera desarrollo, es esencial que existan estrategias que ayuden al aprovechamiento y uso racional de las mismas.

2.1.2. Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Para el estudio en base a emprendimiento se consideró al Global Entrepreneurship Monitor, (2013) como un buen antecedente, debido a que “ofrece una visión exhaustiva del emprendimiento en todo el mundo mediante la medición de las actitudes de una población, y las actividades y características de los individuos que participan en diversas fases y tipos de actividad empresarial”, es evidente que el cantón San Pedro de Huaca cuenta con emprendimientos apegados a la actividades comercial registrados legalmente en el Gobierno

Autónomo Descentralizado Municipal considerando las capacidades de los individuos para generar nuevas ideas de negocios y dispuestos a enfrentar las actitudes de los individuos.

2.1.3. Perfil del emprendedor del norte del Ecuador

Cahuasquí, (2013) menciona que es necesario conocer el perfil emprendedor, considerando determinar el perfil personal, educativo y socio educativo del pequeño y mediano emprendedor de la zona 1 del Ecuador y el contexto donde se desarrolla fue esencial aplicar una investigación descriptiva que sirvió como punto de partida para que las instituciones involucradas en el tema, adopten propuestas y estrategias pertinentes y coherentes, que logren un impacto positivo en el desarrollo del emprendimiento en la zona, además, que puedan direccionar sus estrategias en función de los requerimientos reales de estos empresarios y de las necesidades especialmente de formación del pequeño y mediano emprendedor.

Dicha investigación en base el perfil emprendedor ayuda a evidenciar el movimiento de la actividad emprendedora en el Ecuador, mostrando resultado según tras investigaciones que permite darse cuenta que la mayoría de emprendimientos surgen por la oportunidad de mejorar sus ingresos y calidad de vida.

2.1.4. El emprendimiento y la innovación como el eje del desarrollo económico

López, (2016) enfatiza que, la crisis económica afecta la actividad comercial en la ciudad de Tulcán debido principalmente a los factores externos como la baja de petróleo, y el incremento en cotización del dólar vs el peso colombiano, consecuencia las ventas en la localidad han disminuido significativamente, y como tal proponer el desarrollo del emprendimiento permite establecer alternativas de desarrollo local

Para desarrollar un proyecto de emprendimiento es necesario que el empresario conozca algunas recomendaciones para tener éxito en desarrollar una empresa entre las más importantes se puede señalar: Comprar un negocio en marcha, asumir riesgos calculados, ofertar productos que no existen en el mercado, entre los más importantes.

Finalmente se puede señalar que las tendencias del emprendimiento en el futuro van principalmente a temas relacionados: envejecimiento de las personas, temas ambientales, nuevas tecnologías de la información, y servicios especializados.

Esta ponencia ayuda a la investigación a sustentar que el desarrollo emprendedor es una de las mejores alternativas para la ciudad de Tulcán, asimismo facilita conocer los factores importantes para el desarrollo del emprendimiento como también los aspectos negativos que afectan a los negocios que tratan de ingresar en el mercado.

2.2. Marco teórico

Para el fundamento de la presente investigación sobre las potencialidades y el desarrollo emprendedor, para ello, se averiguó los aspectos teóricos como base para cada variable formulada para esta indagación, obteniendo conceptos y definiciones esenciales para el desarrollo y comprensión de la presente investigación.

2.2.1. Potencialidad existente en el territorio

De acuerdo al concepto del PNUD (2005), las “potencialidades son todos aquellos recursos en su acepción más amplia que existen en una zona determinada, pero que no están siendo utilizados plenamente para la generación actual o futura de ingresos que sean capaces de dinamizar las economías”.

Para ello dentro de las potencialidades se realizó el estudio de cuatro potencialidades como:

- Recursos naturales presentes en el cantón, como potencialidad del territorio
- infraestructura económica, como base potencial en el cantón San Pedro de Huaca
- capital financiero,
- capital social – cultural.

2.2.1.1. Recursos naturales como potencialidad del territorio.

La potencialidad de recursos naturales es considerada por Renault Adib (2010) como la dimensión ambiental basada en:

Promover la comprensión del ambiente como activo del desarrollo, de manera que se adopte el principio de sustentabilidad y se enfatice el principio de gestión integrada de los recursos naturales. La dimensión ambiental se incorpora en todas las decisiones y prioridades de inversión, no sólo como una medida preventiva, sino también en propuestas innovadoras tales como servicios ambientales, la recuperación de áreas degradadas, protección de manantiales, el establecimiento de corredores ecológicos, cobertura vegetal de laderas y áreas de reserva y de

preservación. De igual forma, se debe incorporar de forma permanente el manejo de residuos sólidos y líquidos de todos los procesos productivos. (p. 6)

Se considera la potencialidad de recursos naturales, está presente en el cantón San Pedro de Huaca, la investigación realizada permitió evidenciar que el cantón cuenta con superficies agrícolas, forestales y pastos naturales que ayudan a solventar la existencia de ganado vacuno y la presencia de animales menores como cuyes y conejos, esto permitió considerar al cantón como un sector netamente ganadero con capacidad suficiente para mantener la existencia de ganado, y en cuanto a la preservación de áreas y reservas el cantón cuenta con dos sectores turísticos que abarcan una gran cantidad de flora registrando la presencia de formaciones vegetales de páramo de frailejones y bosques siempre verde montaña alto en donde se registraron 790 especies de plantas y fauna donde se puede constatar la presencia de 30 especies de mamíferos, lo que representa el 9,4% de mamíferos del Ecuador (Plan de Desarrollo y Orientación Territorial, 2014, págs. 25 - 26).

2.2.1.2. Infraestructura económica como base potencial en el cantón San Pedro de Huaca.

La infraestructura económica como potencialidad según Renault Adib (2010) afirma que la:

Dimensión Social debe sentar las bases para establecer procesos que promuevan equidad social (de género, etaria y etnia), a través del acceso a los servicios básicos de salud, educación e infraestructura básica (habitación, energía eléctrica, caminos viales, entre otros), así como la creación de condiciones para la participación efectiva de los ciudadanos en las estructuras del poder. (p.6)

La infraestructura económica según lo investigado está compuesta por una serie de indicadores que permitieron considerar al cantón como un sector estratégico para emprender, el cual en su mayoría cuenta con caminos viales asfaltados, empedrados, lastrados y de tierra que pueden facilitar la movilidad de los clientes y proveedores de mercaderías para llegar a los sitios adecuados de comercialización en este caso a los pequeños emprendimientos, además es evidente que en su mayoría los habitantes cuentan con energía eléctrica, telefonía fija y televisión por cable lo que les permite estar en constante comunicación y actualización de posibles mejoras en su emprendimiento.

2.2.1.3. El capital financiero a manera de potencialidad.

El capital financiero para Renault Adib (2010) es considerada como la política institucional que:

Incluye las organizaciones administrativas locales y su relación con el sistema nacional (municipios, organismos locales del Estado, agencias locales de empresas nacionales, etc.); por otra, debe incluir las organizaciones deliberativas locales en donde juegan un papel fundamental los legislativos municipales, Juntas Locales, etc., por donde también pasan las decisiones. En ese sentido, incorpora el concepto de gobernabilidad, la promoción de la conquista y el ejercicio de la ciudadanía. Es el sustento para establecer una nueva plataforma institucional, considerando las relaciones sociales y los conflictos internos existentes, que permita la construcción de políticas territoriales negociadas (p.6).

De acuerdo al capital financiero se hace énfasis en la participación de las entidades financieras y el apoyo de los gobiernos autónomos locales y regionales que ayuden a fortalecer los pequeños emprendimientos, se considera que el cantón San Pedro de Huaca cuenta con entidades financieras como cooperativas y cajas de ahorro y crédito rural que brindan créditos para emprender, en cambio según la investigación es evidente que los emprendedores del cantón no cuentan con apoyo de gobiernos autónomos y pese a ello deciden emprender por la necesidad de obtener una fuente alternativa de ingresos para solventar los gastos.

2.2.1.4. El capital social – cultural potencial territorial.

El Capital social – cultural según Renault Adib (2010) es considerado como la dimensión económica en la que

Se deben plantear a priori resultados económicos (productivos) que utilicen de manera eficiente los recursos locales para generar nuevas oportunidades de empleo e ingresos, fortaleciendo cadenas productivas e integrando redes de pequeñas empresas. De esa forma, se debe promover la organización de los sistemas y cadenas productivas locales, aprovechando las ventajas comparativas locales y buscando establecer ventajas competitivas regionales. (p. 6).

El capital social – cultural se enfoca en el aprovechamiento eficiente de los recursos en este caso la cultura es uno de los factores más utilizados, debido a que el cantón San Pedro de Huaca es reconocido a nivel nacional por la tradición de las fiestas religiosas, para ello cuenta con restaurantes que ofrecen platos tradicionales y en si tienen capacidad para atender desde 5 hasta 20 personas por día. La demanda del servicio llega hasta 50 visitantes nacionales por semana. Se ofrece menús de platos típicos que consisten en hornado, fritada, cuy asado,

choclos- habas-meloco-y queso amasado a un costo accesible (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2011, pág. 160)

2.2.2. Emprendimiento

El emprendimiento, es una actitud y una manera de pensar y actuar en la búsqueda incesante de oportunidades, empieza con producir sueños, luego transformarlos en ideas que se moldean para después convertirlos en servicios, productos o negocios valiosos para la familia, comunidad y el mundo. (Montero Carrión, 2011, p. 14)

2.2.2.1. Teoría de emprendimiento

La teoría del emprendimiento según (Schumpeter, 1954)

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y, en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. (p. 810)

III. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque metodológico

3.1.1. Enfoque.

El enfoque que se utilizó en la investigación fue cualitativo, permitió evidenciar cuáles son las potencialidades presentes en el territorio que influyen en el desarrollo emprendedor del Cantón San Pedro de Huaca, se consideró a los emprendedores del cantón registrados con patente municipal (ver anexo 4: Base emprendedores cantón San Pedro de Huaca) como los informantes para aplicar la encuesta basada en 6 bloques que permitieron obtener información clara y precisa para su respectivo análisis, en cuanto a potencialidades se aplicó una ficha de observación que permite medir las cuatro potencialidades establecidas por el PNUD las cuales son: recursos naturales, infraestructura económica, capital financiero, capital social - cultural para esto se consideró como generador de información al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón.

3.1.2. Tipos de investigación.

Se aplicó la investigación exploratoria para indagar en fuentes secundarias como: estudios realizados anteriormente sobre la identificación de las potencialidades presentes en el territorio efectuados por el PNUD (2005), el perfil del emprendedor en la zona 1 de Ecuador, como también la búsqueda de conceptos en libros que sustenten el origen del problema ¿Cuáles son las potencialidades que influyen en el desarrollo emprendedor en el Cantón San Pedro de Huaca?

Con el propósito de extraer datos sobre la influencia de las potencialidades en el emprendimiento, la orientación comercial de los negocios, la motivación para emprender, número de trabajadores que poseen los emprendimientos, y términos relevantes como la potencialidad, desarrollo emprendedor, entre otros, que ayudaron a formular las preguntas necesarias para la investigación, además se consideró que en el Cantón San Pedro de Huaca no existen estudios relacionados a las potencialidades y el desarrollo emprendedor.

Investigación descriptiva, permitió desarrollar la investigación con la finalidad de conocer que características presentan los emprendimientos del cantón San Pedro de Huaca como el

grupo etario que emprende por necesidad, el género de los emprendedores, ingresos generados por los negocios para someter a un análisis mediante una serie de interrogantes planteadas en una batería de preguntas propuestas en el anexo 2: Encuesta a emprendedores, a través de las cuales se recolectó información precisa para su respectivo análisis expuesto en el capítulo IV de la presente investigación.

Se consideró importante la investigación bibliográfica, permitió revisar contenidos que se asemejan al tema de investigación, y de igual manera sirvió como apoyo para el desarrollo, además se consideró importante para el desarrollo de la fundamentación teórica de la misma, una de ellas fue la teoría del emprendimiento de Schumpeter que hace énfasis en el emprendedor estableciendo que el emprendedor se hace cargo de cosas nuevas y difíciles, el perfil del emprendedor del norte del Ecuador realizado por Marcelo Cahuasquí ayudo a entender cuál es el comportamiento del emprendedor en el cantón San Pedro de Huaca, está inmerso en esta zona.

Investigación de campo parte esencial, en el momento de aplicación de encuestas a los emprendedores del cantón San Pedro de Huaca y la aplicación de una ficha de observación (ver anexo 1: ficha de observación potencialidades) permitiendo obtener información precisa para dicha investigación

3.2. Idea a defender

El análisis de las potencialidades del Cantón San Pedro de Huaca permite identificar la influencia en el desarrollo emprendedor.

3.3. Definición y operacionalización de variables

3.3.1. Definición de variables

3.3.1.1. Variable Independiente

Potencialidades: esta variable es independiente porque muestra el potencial territorial del Cantón San Pedro de Huaca.

3.3.1.2. Variable Dependiente

Desarrollo Emprendedor: esta variable depende de las potencialidades porque permite identificar cuál de estas son aprovechadas por el emprendedor del Cantón San Pedro de Huaca.

3.3.2. Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
(Independiente) Potencialidades	Recursos Naturales	Superficie agrícola bajo riego, superficie forestal, pastos naturales, ganado y recursos turísticos naturales.	Observación	Ficha de observación
	Infraestructura Económica	Kilómetros de red vial, hospedajes turísticos categorizados, población con energía eléctrica.		
	Capital Financiero	Oficinas de la banca comercial, cooperativas de ahorro y crédito y cajas de crédito rural.		
	Capital Social y Cultural	Comedores populares y restaurantes, productores agropecuarios, afiliaciones de productores y recursos turísticos culturales.		
(Dependiente) Desarrollo Emprendedor	Etapas de desarrollo	Negocios de 1 a 5 trabajadores y registro RISE o Patente municipal	Encuesta	Cuestionario
	Giro del negocio	Transformación, orientados a negocio y orientados a consumidores.		
	Competitividad de los negocios	Tecnología de más de 5 años, servicios a consumidores, sector atractivo, producto nuevo, competitividad.		
	Motivación	Por oportunidad, necesidad, motivación mixta, tradición y costumbre.		
	Contexto y condición	Apoyo financiero, políticas gubernamentales		

Elaborado por: Coral C, Ordóñez E. (2018)

3.4. Métodos utilizados

3.4.1. Métodos.

Para la recolección de información se elaboró una lista de preguntas dirigidas a los negociantes con la finalidad de analizar el desarrollo emprendedor (ver anexo 2: Encuesta a emprendedores). También se construyó una ficha de observación que consta de indicadores que ayudan a medir las potencialidades del cantón San Pedro de Huaca (ver anexo 1: ficha de observación potencialidades).

Se utilizó el método inductivo para la recolección de información de lo particular a lo general mediante la búsqueda de datos anteriores sobre la medición de potencialidades y el desarrollo emprendedor, que aportó en la investigación para cumplir con los objetivos específicos establecidos en la investigación.

3.4.2. Técnicas

Las técnicas que se consideraron en la investigación son la encuesta y ficha de observación, las cuales ayudaron a recolectar información para su posterior análisis mediante el uso del programa SPSS.

3.4.2.1. Encuesta

Se aplicaron un total de 145 encuestas, dirigidas a los emprendedores del Cantón San Pedro de Huaca tomando en cuenta a los comerciantes registrados en el Gobierno Autónomo Descentralizado de dicho cantón, con el fin de establecer la relación entre las potencialidades del territorio con los emprendimientos.

El instrumento que se utilizó para dicha población fue a través de un cuestionario, el cual, mediante la formulación de preguntas inmersas en 6 bloques que son:

- **Datos generales**, aportan características de los emprendedores como la edad, género, nivel de estudios, giro del negocio, la influencia de potencialidades.
- La **motivación**, presenta opciones para conocer cuál fue el impulso para emprender
- **Etapa de desarrollo**, ayudo a obtener resultados sobre la contratación de empleados y el registro legal tanto en la etapa inicial y actual del negocio
- La **competitividad del negocio**, analizando la inversión tecnológica y la competitividad del negocio.
- **Contexto y condición**, ayudo a conocer el acceso a crédito, la posesión de tenencia de locales.

Estos bloques ayudaron a recolectar información acerca de las potencialidades y el desarrollo de emprendimiento en el Cantón San Pedro de Huaca.

Como apoyo al encuestador, se desarrolló un manual de instrucciones (ver anexo 3) para el llenado de las encuestas con la finalidad de recolectar información confiable para el análisis de los resultados obtenidos.

3.4.2.2. Observación

Se utilizó la observación con la finalidad de tener datos de las potencialidades que posee el Cantón San Pedro de Huaca, se tomó en cuenta las 4 potencialidades establecidas por el PNUD para realizar su respectivo análisis.

La ficha de observación como instrumento para esta técnica consta de 4 bloques en función de las potencialidades las cuales son: recursos naturales, infraestructura económica, capital financiero, capital social y cultural; y a su vez, cada bloque consta de indicadores que ayudaron a obtener información en función de las potencialidades.

3.5. Análisis estadístico

3.5.1. Población

Para realizar el análisis estadístico se estableció la población y muestra, en dicha investigación se consideró dos poblaciones la primera fue el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Pedro de Huaca y los emprendedores registrados con patente municipal actualizada en el año 2016 como segunda población.

Para recolectar información de la primera población se consideró pertinente aplicar una ficha de observación, la cual constó de cuatro bloques citando las potencialidades establecidas por el PNUD enfocadas en los recursos naturales enfocados en las superficies naturales medidas en hectáreas y la población de ganado considerados en especies y ejemplares; infraestructura económica donde se consideró como indicadores de medición la red vial asfaltada, adoquinada, empedrada y de tierra, de igual manera, el acceso a energía eléctrica.

El Capital financiero enfocado en las entidades financieras que otorgan créditos y el capital social cultural considerando dentro de dicha potencialidad a los restaurantes, comedores populares y a los productores con la finalidad de obtener información clara y precisa aportando al desarrollo de dicha investigación. Cabe mencionar que dicha población no requiere cálculo de muestra porque se obtiene los datos de fuente primaria.

En base a la segunda población se aplicó una encuesta dirigida a los emprendedores del Cantón San Pedro de Huaca tomando como población los 230 emprendimientos registrados con patente legal, para aplicar dicho instrumento se realizó el cálculo de la muestra como se muestra en el punto 3.5.2.

La encuesta piloto se realizó al 10% de los emprendimientos que constan en la base de datos proporcionada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón San Pedro de Huaca, es decir, se aplicaron 23 encuestas que sirvieron de referencia para observar si el léxico utilizado en la misma era el correcto o caso contrario utilizar palabras comunes que ayuden al encuestado a entender la encuesta para que proporcione la información veraz y oportuna para el desarrollo de la investigación.

3.5.2. Muestra

Tomando en cuenta que la población de estudio es finita se realizó el siguiente cálculo a través de la fórmula que permitió determinar el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{z^2 \sigma^2 N}{(N - 1)\epsilon^2 + z^2 \sigma^2}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(230)}{(0.05)^2 (230 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

Donde:

n = El tamaño de la muestra.

N = 230 emprendimientos con patente legal

σ = Desviación estándar con valor constante de 0,5.

Z = Niveles de confianza de 95% equivalente a 1,96 valor constante.

e = Límite aceptable de error muestral que, valor que queda 0.5

Luego de obtener como resultado una muestra de 145 emprendedores, se realizó la selección aleatoria de la base de datos, considerando la clasificación de giro de negocio que establece el GEM el cual consta en tres parámetros; emprendimientos enfocados a la transformación con un dato de 49 emprendimientos, orientado a negocios con 31 emprendimientos y

orientados a consumidores con 65 emprendimientos, para ello cada uno abarca diferentes actividades (ver anexo 7).

A continuación se realizó la estratificación de la muestra como se muestra en la figura, el cual fue el punto clave para el levantamiento de la información, en dicho plano se realizó la georreferenciación a través puntos que permitieron situar cada uno de los emprendimientos del cantón San Pedro de Huaca, siendo esta una técnica que facilitó al encuestador la ubicación de la zona comercial del cantón San Pedro de Huaca, dicho plano fue sectorizado por tres grupos norte, centro y sur en los que estaban presentes emprendimientos con las características de giro de negocio según se muestra en anexo antes mencionado.



Figura 1. Plano base de la Ciudad de Huaca
Fuente: GAD Municipal San Pedro de Huaca

Para el levantamiento de información se utilizó un grupo de 25 encuestadores quienes previo a la capacitación respectiva, obtuvieron una guía para el llenado del instrumento (ver anexo 3), convirtiéndose en una ayuda oportuna para obtener información clara y precisa para el desarrollo de dicho informe.

Una vez recolectada la información a través de la encuesta, se procedió a realizar el análisis mediante la utilización de la estadística descriptiva para identificar rangos, frecuencias, y porcentajes por medio de tablas de contingencia.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Potencialidades del Cantón San Pedro de Huaca

Esta sección se hace un análisis de los resultados obtenidos en función de las potencialidades que posee el cantón San Pedro de Huaca como son: recursos naturales, infraestructura económica, capital financiero, capital social-cultural.

4.1.1.1. Potencialidades con base al Recurso Natural

Las potencialidades del Cantón San Pedro de Huaca concerniente a los recursos naturales abarcan el agua, suelos, ganado y minerales presentes en el territorio, se pudo observar en dicho cantón se cuenta con una amplia superficie natural de campos y con cierta cantidad de animales domésticos continuación se muestran dos figuras que permiten una comprensión de lo antes mencionado:

La Figura 2 hace referencia a los recursos naturales con respecto a la extensión natural la cual está conformada por tres indicadores expresados en hectáreas (ha.) como son: la superficie agrícola bajo riego con un porcentaje de 3,42% es decir 72 ha. de un total de 2103,30 ha; seguido de la superficie forestal con a un 3,46% equivalentes a 72,8 ha., de las áreas naturales observando bajas relativamente a las superficies de pastos naturales conservan un total de 1958,50 ha. con una proporción del 93,12% preservando la flora natural del cantón.

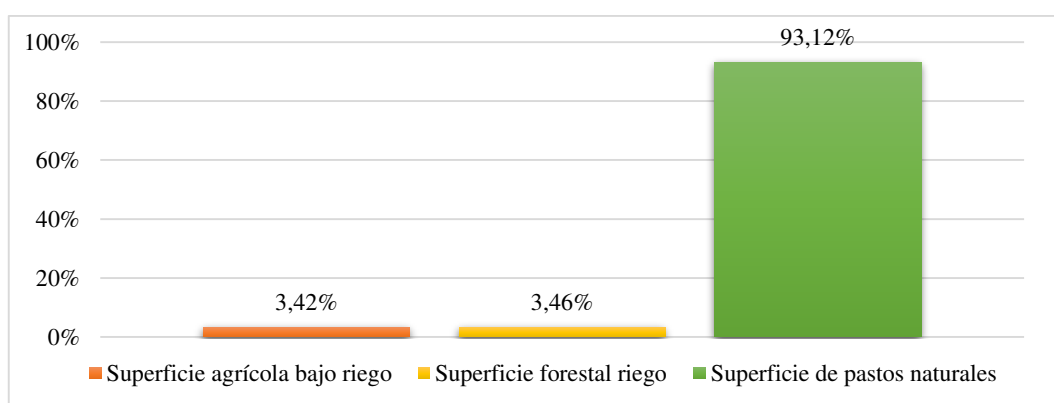


Figura 2. Recursos naturales en función de superficies naturales

Fuente: Investigación de campo

De igual manera los recursos naturales en función del ganado se presentan en la figura 3, se aprecia, el ganado vacuno con 40,11% y animales menores como cuyes con 48,21% predominan en el Cantón San Pedro de Huaca siendo esto una fuente principal de ingresos

para los criadores de ganado doméstico, cabe recalcar, la crianza de ganado porcino posee un 5,08% del total de acémilas.

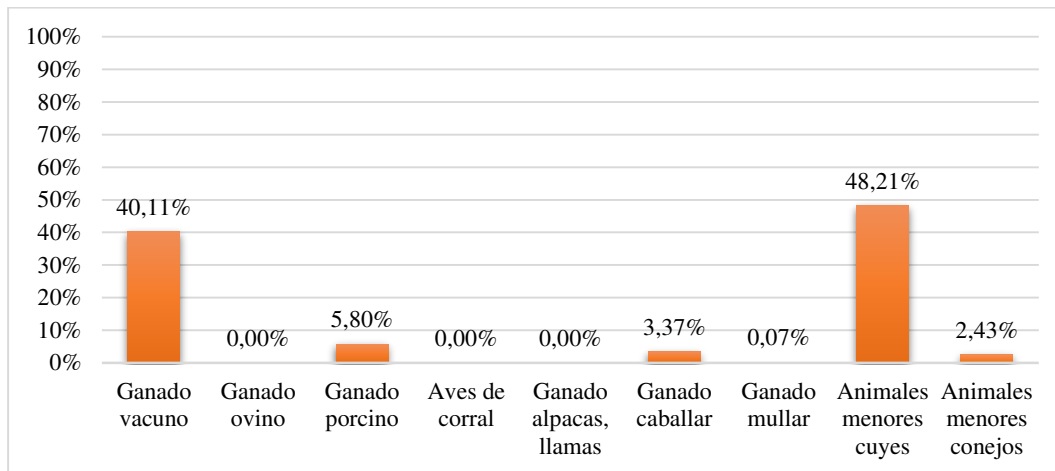


Figura 3. Recursos Naturales Ganado
Fuente: Investigación de Campo

4.1.1.2. Infraestructura económica como potencialidad del Cantón

Considerando que la infraestructura económica es la base de toda economía de entidades públicas y privadas, a continuación, se detalla que la infraestructura económica del Cantón San Pedro de Huaca como potencialidad analiza dos factores importantes como son: los kilómetros de red vial y población con energía eléctrica, telefonía fija y televisión por cable.

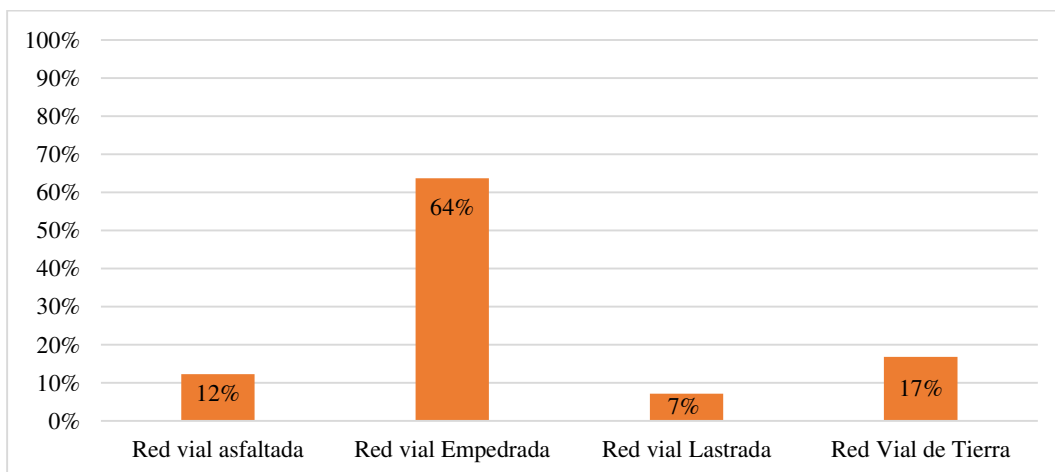


Figura 4. La infraestructura Económica en base a red vial
Fuente: Investigación de campo

Como se puede apreciar en la figura 4 la infraestructura económica en base a la Red Vial está compuesta por cuatro parámetros: Red vial asfaltada, empedrada, lastrada y tierra, el

Cantón San Pedro de Huaca cuenta con un 64% de red vial empedrada abarcando (65,9 Km) de un total de 103,44 Km de red vial con la que cuenta el Cantón, un 17% de red vial de tierra con (17,5 Km), un 12% de red vial asfaltada (12,69 Km) y un 7% de red vial lastrada con (7,4 Km), del total de red vial con la que cuenta el Cantón.

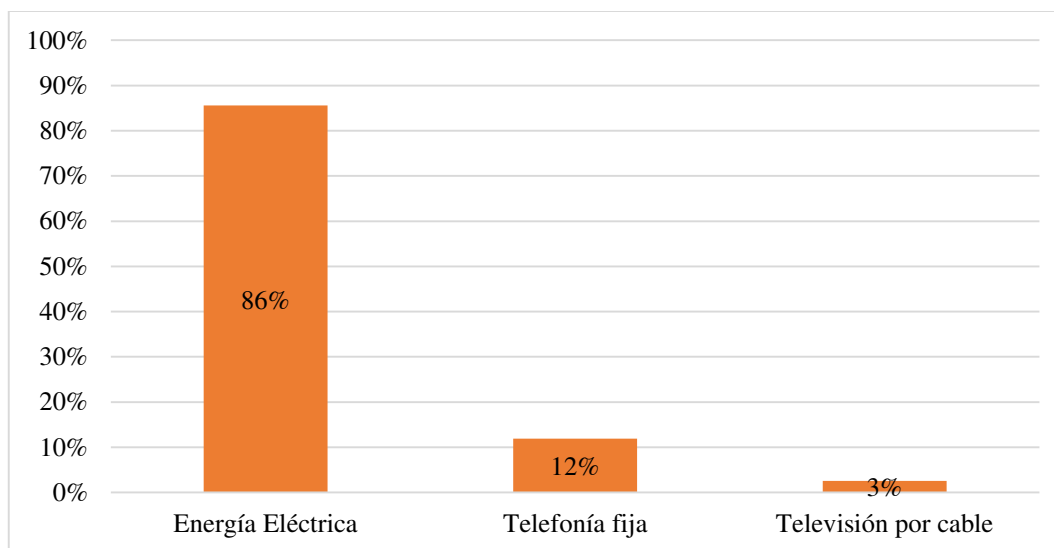


Figura 5. Infraestructura Económica con relación a la población con servicios de energía
Fuente: Investigación de campo

En la figura 5, se analiza la infraestructura económica como potencialidad medida en los siguientes factores, 86% de hogares con energía eléctrica siendo equivalente a 3141 viviendas de un total de 3671 viviendas del Cantón San Pedro de Huaca, 12% de hogares con telefonía fija (346 viviendas), y un 3% de hogares con televisión por cable (94 viviendas), considerando que la población mantiene un gran aprovechamiento de la energía eléctrica.

4.1.1.3. Nivel potencial de Capital financiero

El capital financiero como potencialidad incluye el ahorro, colocaciones bancarias, y la inversión pública, a continuación, en la figura 6, se puede apreciar las fuentes de financiamiento accesibles para los emprendedores del cantón San Pedro de Huaca, son plenamente banca privada.

Los resultados obtenidos indican la existencia de 2 cooperativas de ahorro y crédito representando un 66,67% del total de instituciones financieras como fuente de financiamiento a los emprendedores, la presencia de una caja de ahorro rural con el 33,33%

del mercado financiero presentes en el cantón San Pedro de Huaca e inexistencia de un banco público o privado que brinde el financiamiento para la actividad productiva.

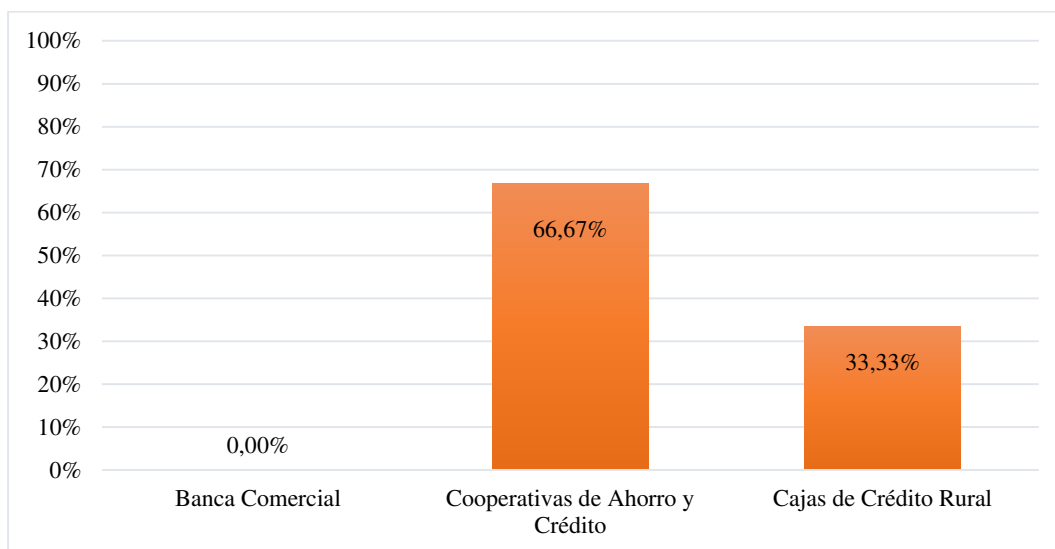


Figura 6. Potencial financiero del cantón San Pedro de Huaca
Fuente: Investigación de campo

4.1.1.4. Potencialidades de acuerdo al Capital social y cultural

Las potencialidades en base al Capital Social y Cultural según datos recolectados se enfocan en los comedores populares y los restaurantes con los que cuenta el Cantón San Pedro de Huaca para solventar la actividad económica, de igual manera se engloba en los productores y ganaderos considerando las UPAS como unidad de medida dichas estadísticas se argumentan en la descripción de las siguientes figuras:

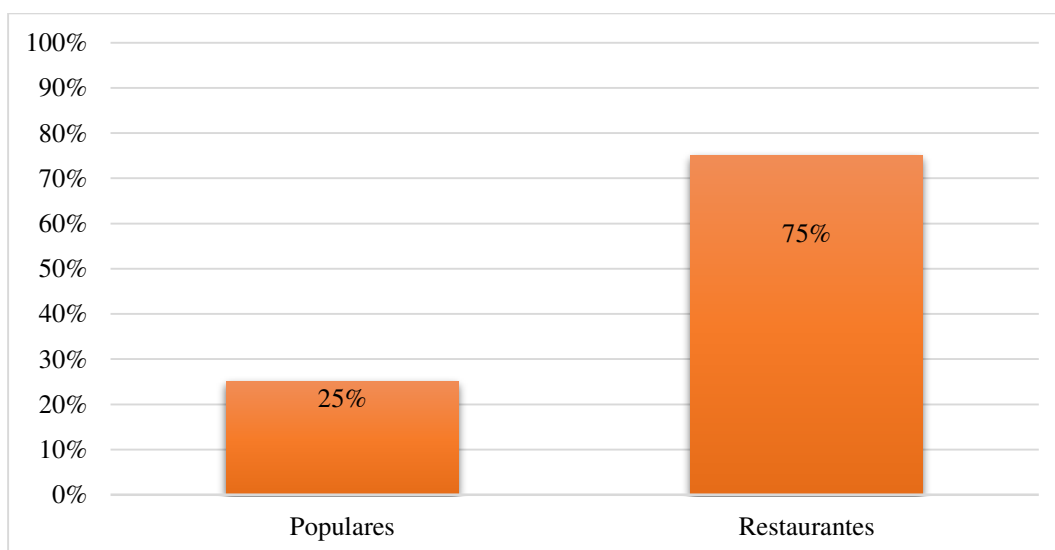


Figura 7. El Capital Social y Cultural como indicador restaurantes y comedores populares
Fuente: Investigación de Campo

El Capital Social y Cultural según indicadores se mide en el número de restaurantes y el número de comedores populares en el Cantón San Pedro de Huaca obteniendo como resultado 3 restaurantes que abarcan un 75% de relación frente a dicha potencialidad y 1 comedor popular que representa un 25% de la población.

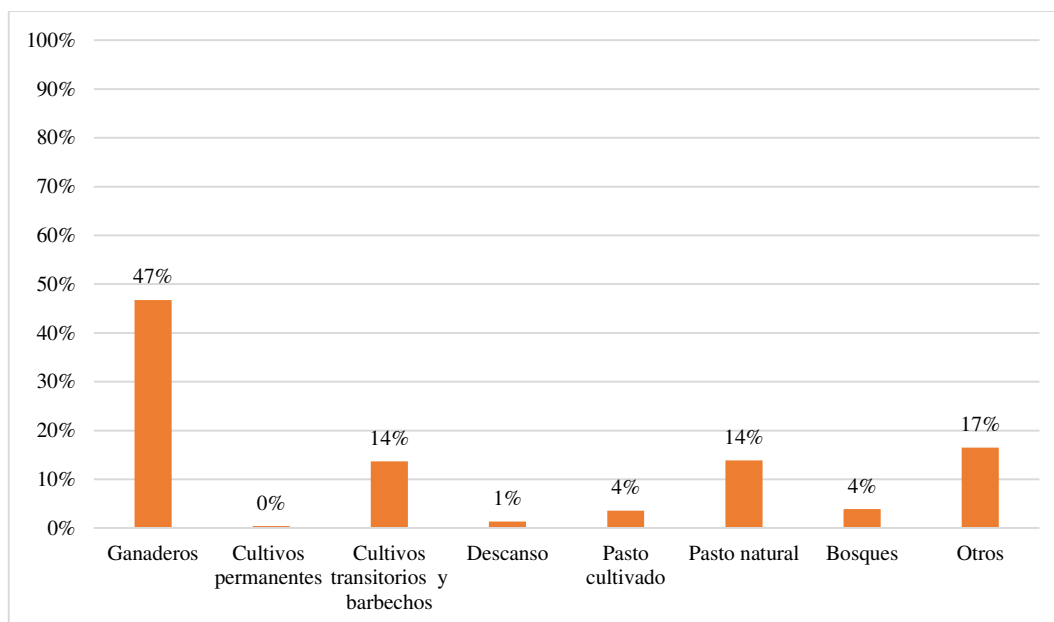


Figura 8. El capital social y cultural enfocado en la producción y ganadería

Fuente: Investigación de campo

Dentro de la Potencialidad del Capital Social y Cultural se considera a los productores y ganaderos como un indicador de los cuales se obtienen resultados tales como; 47% de ganaderos que representan 1272 UPAs de un total de 2720 UPAs con las que cuenta el Cantón San Pedro de Huaca, existe una igualdad entre cultivos transitorios y los pastos naturales con un 14% y un total de UPAs de 749, en un 4% se encuentran sectores como terrenos en descanso y bosque con un total de UPAs de 203 y finalmente se encuentran datos como el 1% de sectores que se encuentran en descanso y el 17% restante corresponde a otros sectores productivos con 449 UPAs, según estos datos se considera que el Cantón San Pedro de Huaca es un lugar netamente enfocado en la ganadería.

4.1.2. Desarrollo emprendedor

Los resultados obtenidos de la investigación sobre los emprendedores se detallan en función del giro del negocio, motivación, etapa de desarrollo, competitividad del negocio y contexto y condición.

4.1.2.1. Giro del negocio

El giro de una empresa es la actividad o negocio que desarrolla la misma dado esto se establece una clasificación entre ellas industrial, comercial y servicios (Laura, 2012) y de acuerdo al GEM, (2016) las principales actividades en las cuales se encuentran tanto los negocios nacientes como los nuevos y establecido son transformación, orientado a negocios y orientados al consumidor, de hecho, en el Cantón San Pedro de Huaca existen varios negocios enfocados en aprovechar la orientación del negocio a consumidores, abarca a la compra y venta productos de primera necesidad como de artículos necesarios para la reparación de vehículos.

La figura 9 muestra la proporción del giro de negocio de los emprendedores del Cantón San Pedro de Huaca, predominan aquellos emprendedores establecieron su negocio orientándolo hacia los consumidores (44,1%), agrupando actividades como la venta al detal, restauración, servicios al consumidor, servicios sociales, etc.; seguido de negocios dedicados a la transformación (33,8%), esta actividad incluye manufactura, transporte, construcción, venta al por mayor y comunicaciones; el grupo restante dedican sus actividades comerciales a la orientación hacia negocios (22,1%) es decir prestan servicios de intermediación de finanzas, consultoría, actividades inmobiliarias, profesionales. Para una mejor comprensión véase el anexo 6 giro del negocio, se amplía la información por cada tipo de actividad del negocio.

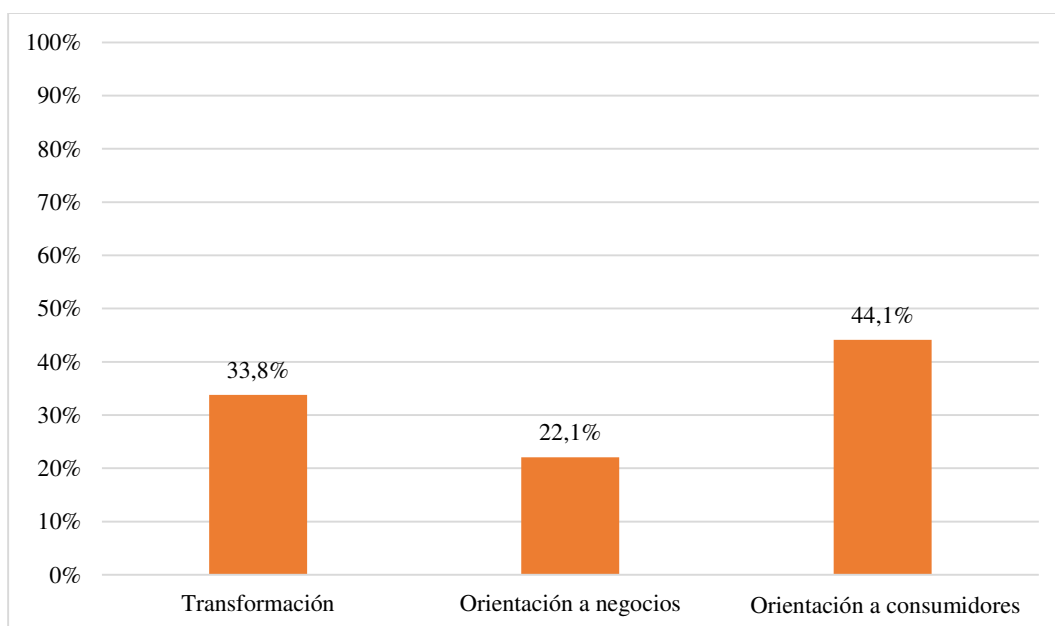


Figura 9. Giro del negocio

Fuente: Investigación de campo

a. Transformación como actividad del negocio

Como se explicó anteriormente la transformación como giro de negocio abarca a las actividades de manufactura, transporte, construcción, venta al por mayor y comunicaciones, véase la figura 10, con un 28,57% de los emprendimientos se dedican a la venta al por menor de alimentos procesados, las actividades de transformación de materias primas enfocadas en la panificación cuentan con un 16,33% de negocios realizan la actividad de transformación, la venta de carne en tercenas, frigoríficos aportan el 16,33% de dicha actividad, de igual manera los negocios dedicados a la manufactura (aserraderos, carpinterías, etc.).

La reparación de vehículos utilizando la mano de obra aportan un 8,16% en la transformación de materias primas, venta de insumos agrícolas y ganaderos participan con un 12,24%, la actividad de corte y confección contribuyen un 4,08% transformando una serie de insumos para su posterior venta, con un porcentaje menor del 6,12% se dedican a la venta de derivados de leche convirtiendo la materia prima en queso, yogurt, entre otros; de un total de 49 establecimientos con la actividad de negocio a la transformación.

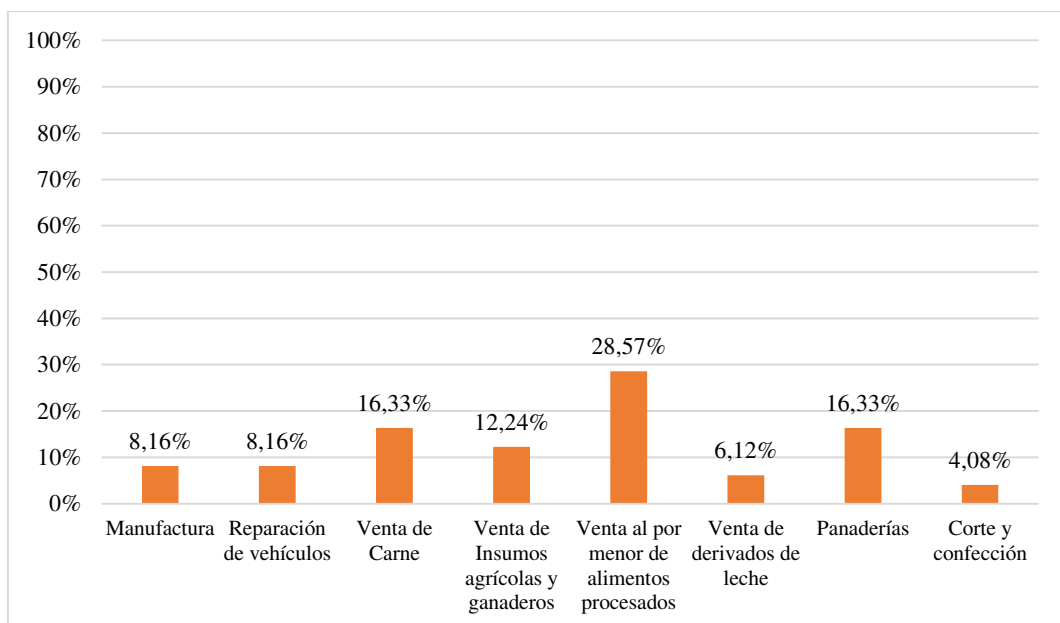


Figura 10. Transformación como actividad de negocio

Fuente: Investigación de campo

b. Orientación a negocios en base a la actividad realizada

La actividad realizada en base a la orientación a negocios incluye varios giros de negocio como la información y telecomunicaciones, actividades profesionales, servicios administrativos, venta y distribución al por menor de alimentos y bebidas, construcción.

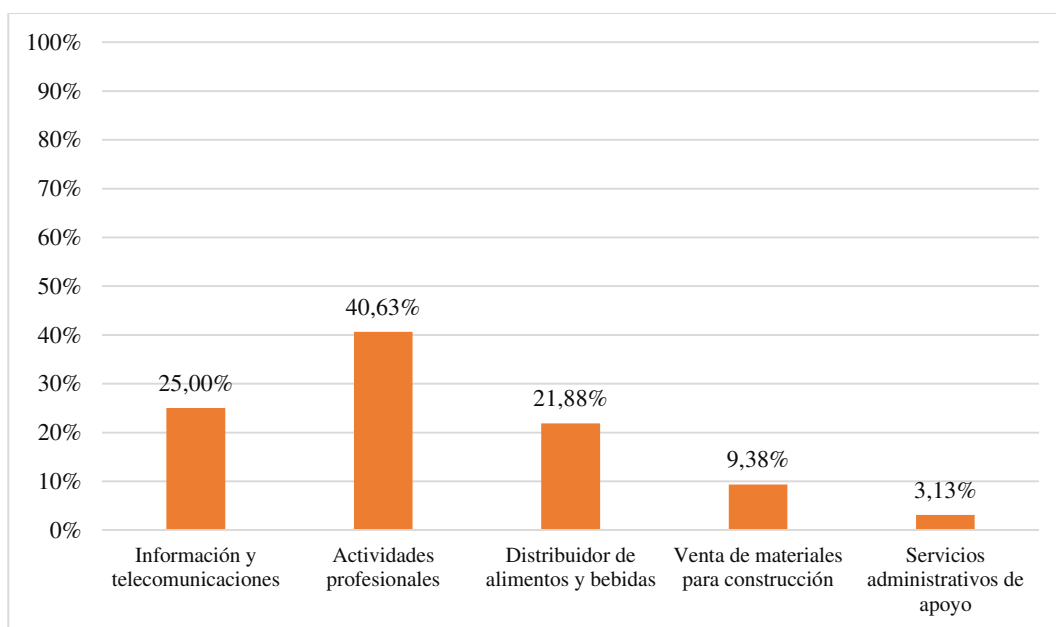


Figura 11. Orientación a negocios en base a la actividad realizada

Fuente: Investigación de campo

Como se aprecia en la figura 11, un 40,63% de 32 emprendimientos se dedican a realizar actividades profesionales, es decir personas practicantes de su profesión, oficio de manera independiente generándoles ingresos; la venta y distribución de alimentos y bebidas dentro del cantón San Pedro de Huaca posee un 21,88% equivalentes a 7 establecimientos encuestados, el 25% pertenece a los negocios giran entorno de la información y telecomunicación, en otras palabras, pequeños negocios que prestan el servicio de alquiler de computadores, internet, entre otras; con un porcentaje del 9,38% se encuentra la venta de materiales para construcción es decir ferreterías, también, con un 3,13% de emprendimientos establecieron su negocio hacia la prestación de servicios administrativos y de apoyo preponderando el servicio a terceros.

c. *Giro del negocio orientado a consumidores*

Los emprendimientos orientados a consumidores abarcan a varios giros de negocios entre ellos: venta de repuestos de vehículos, venta al por menor de víveres, servicios administrativos y de apoyo, actividades de alojamiento, actividades de turismo, actividades de diversión, venta de artículos de bazar y papelería, venta al por mayor y menor de artículos personales.

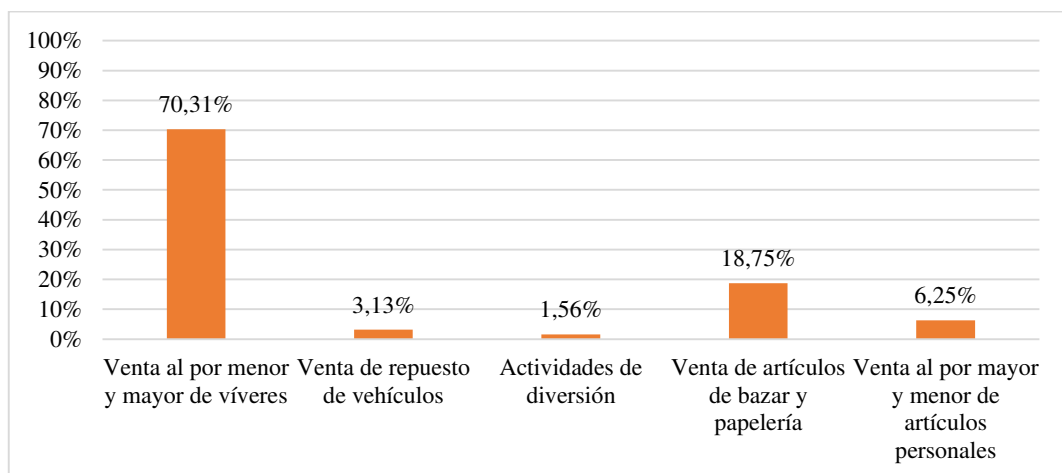


Figura 12. Giro del negocio orientado a consumidores
Fuente: Investigación de campo

El giro del negocio orientado a consumidores dentro del cantón San Pedro de Huaca está presente en 5 actividades con un alto porcentaje de 70% se observan los emprendedores realizan la venta al por menor y mayor de víveres, con un porcentaje menor se encuentra la venta de artículos de bazar y papelería, lo cual representa el 18,75% de negocios dedicados a dicha actividad, la venta al por mayor y menor de artículos personales cuenta con un porcentaje de 6,25% del total de emprendedores, con porcentaje menor existe la venta de repuestos de vehículos con 3.13% siendo complementarios al giro de negocio de transformación, el 1,56% corresponde a los negocios orientados a actividades de diversión como karaokes y bares.

El giro de negocio actual incita a cuestionarse si ¿hay una sobrepoblación de locales dedicados a la venta de víveres?, es importante que el emprendedor realice una investigación de mercados para emprender dado esto se innovará en diferentes campos evitando la sobrepoblación de negocios dedicados a la misma actividad.

4.1.2.2. Motivación como eje para emprender

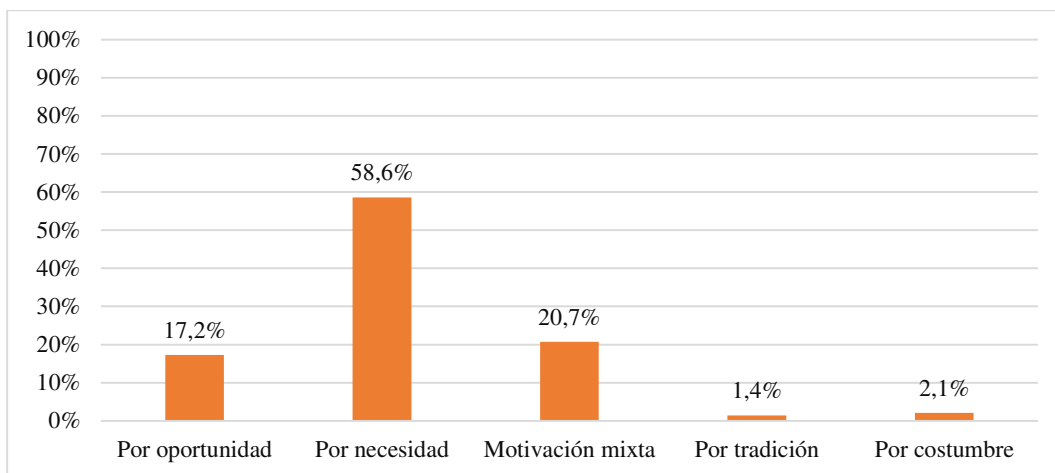


Figura 13. Motivación como eje para emprender

Fuente: Investigación de campo

Dentro del emprendimiento en el Cantón San Pedro de Huaca se evidencia que el 58,6% emprenden por necesidad siendo esta una muestra clara de que en algunos de los casos con el 20,7% se dedican a emprender por motivación mixta, es decir, por necesidad y por oportunidad, y en otros casos se evidencia que no existen emprendimientos que nacen a raíz de conservar una tradición ni tampoco una costumbre y esto es muy claro según los porcentajes obtenidos y evidenciados en la figura 13.

4.1.2.3. Etapa de Desarrollo

a. Etapa inicial de desarrollo del emprendimiento

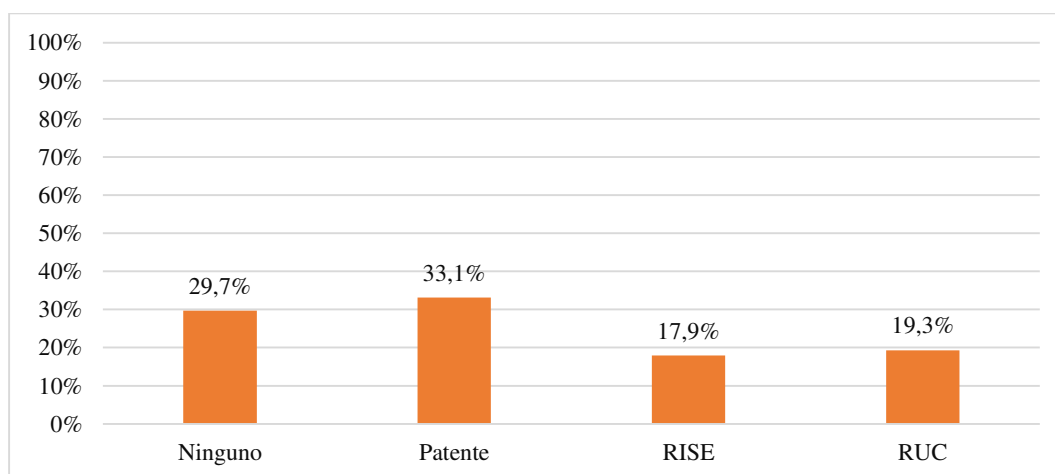


Figura 14. Registro legal de los emprendimientos en su etapa inicial

Fuente: Investigación de campo

Con respecto a los emprendimientos del Cantón San Pedro de Huaca es evidente que no existe una gran diferencia entre emprendimientos que al iniciar sus funciones registran algún documento legal, es decir tan solo se obtiene que un 33,1% contaron con patente municipal y el 29,7% al iniciar sus funciones no contaron con ningún registro en los primeros meses, pero si se obtiene en mínimos porcentajes que existen emprendimientos que obtuvieron el RISE con un 17,9% y el RUC con el 19,3%.

b. El emprendimiento y su desarrollo en la actualidad

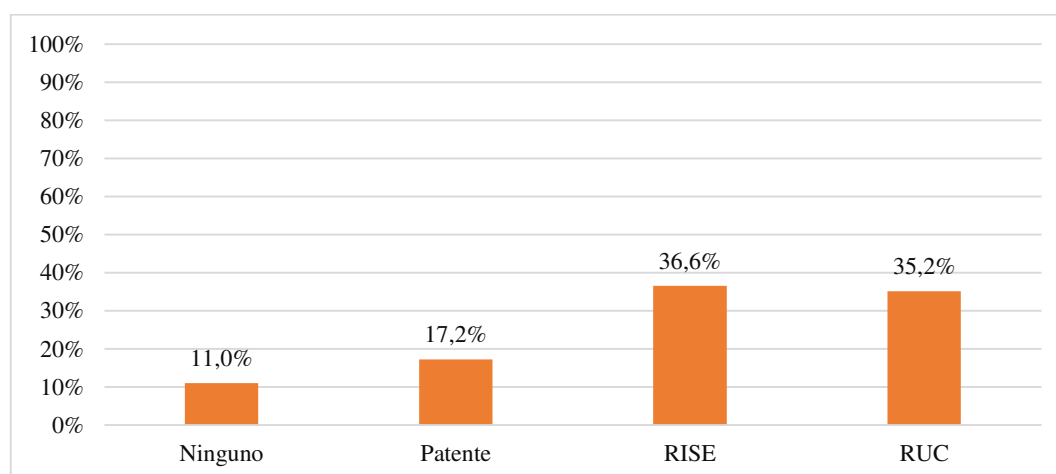


Figura 15. Registro de los emprendimientos en la etapa actual

Fuente: Investigación de Campo

En la figura 15 se puede evidenciar un grupo de entes reguladores de la actividad económica a la cual se dedican los habitantes del Cantón San Pedro de Huaca los cuales nacen a raíz del emprendimiento, se observa que en la actualidad con un 35,2% se evidencia que los emprendimientos están suscritos al Registro Único de Contribuyentes (RUC) y al Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) con 36,6%, mientras el 17,2% han obtenido una patente municipal y un 11% restante de emprendimientos aun no cuentan con registro legal.

Como se observa en la figura 15, estos porcentajes de registro de los emprendimientos han incrementado con respecto al RUC y al RISE siendo una muestra de que están constantemente actualizándose de forma legal para realizar sus actividades.

4.1.2.4. Competitividad del negocio

a. *Apreciación del sector atractivo según el emprendedor en la etapa inicial y actual.*

Según los emprendedores en la etapa inicial el sector donde se encontraban era atractivo, en cambio, la etapa actual de los negocios muchos emprendedores opinan que el sector ya no es atractivo como al inicio, dicho esto, es necesario que los emprendedores obtengan una formación académica permitiendo aclarar cuáles son sus clientes, competidores, proveedores, producto o servicio sustituto, y quienes podrán ingresar al mercado.

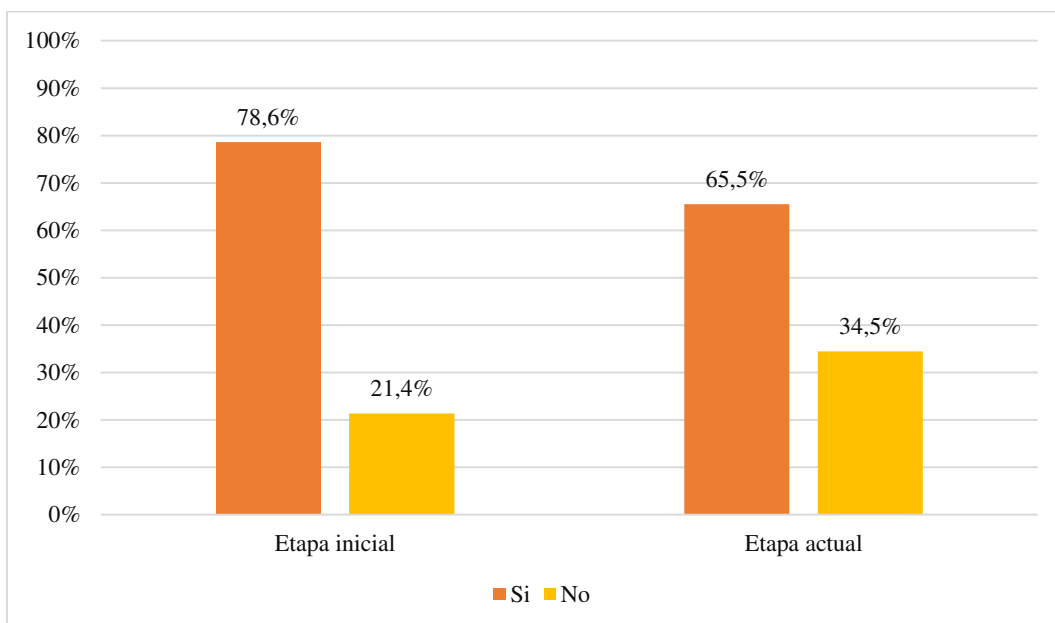


Figura 16. *Apreciación del sector según el emprendedor en la etapa inicial y actual*

Fuente: Investigación de campo

La apreciación de los negociantes del cantón San Pedro de Huaca como se representa en la figura 16, en la etapa inicial del negocio el 78,6%, los emprendedores consideraron el sector atractivo para la generación potencial de ganancias, en cambio el 21,4% de los negociantes no creen su sector llamativo por el aumento competencia; en la etapa actual los emprendimientos han aumentado un promedio de 13,1% quienes no consideran el sector atractivo y disminuye en la misma cantidad quienes consideran el sector llamativo. Es importante acotar, el emprendimiento no debe ser empírico, para un mejor control administrativo, innovación en el negocio y crecimiento del mismo, dicha empresa debe tener una formación técnica.

b. Consideración de la competitividad inicial frente a la competencia actual del negocio.

La competencia del negocio fue medida con tres parámetros (mucha, poca, ninguna), como se presenta en la figura 17, el 51% de emprendedores de Huaca en la etapa inicial de su negocio afirman, la competencia que existía era relativamente poca con la competencia actual representa un 41,4%, así mismo el 27,6% expresa su negocio no tenían competencia y en la actualidad solo el 12,4% de emprendimientos no poseen competencia o en su defecto no diferencian su competencia, aquellos negociantes inicialmente identifican a su competencia como abundante y representan el 21,4%, para la etapa presente este porcentaje aumento en 24,8% es decir 36 emprendedores dicen que la competencia ha aumentado.

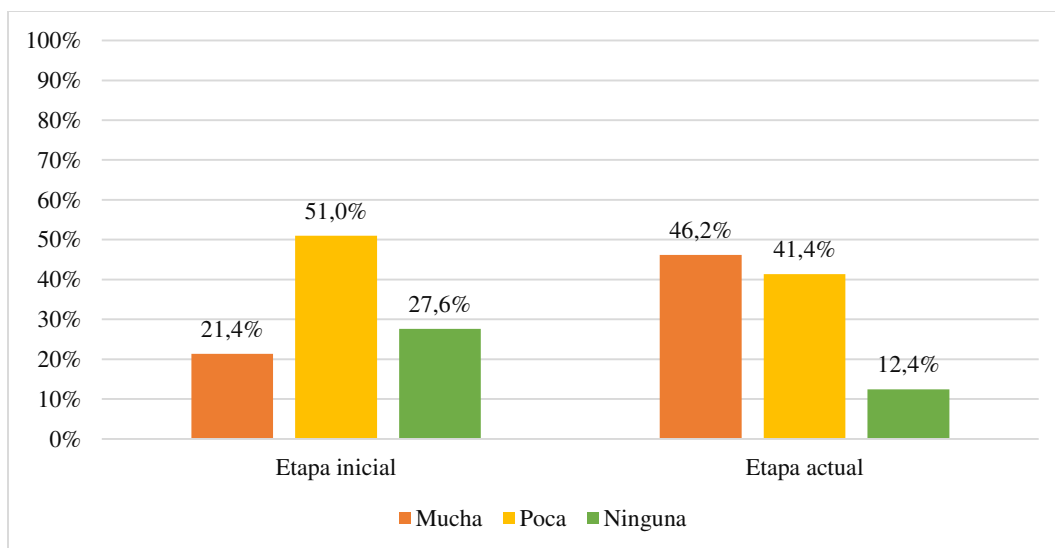


Figura 17. Consideración de la competitividad inicial frente a la competencia actual del negocio.
Fuente: Investigación de campo

4.1.2.5. Contexto y condición

a. Obtención del financiamiento para emprender

El financiamiento según la figura 18, el emprendedor del cantón San Pedro de Huaca con 39,3% realiza la financiación de su emprendimiento en las cooperativas de ahorro y crédito presentes en dicho cantón, seguido del 31,0% de los negociantes recurren a los ahorros familiares generados en cierto lapso de tiempo, mientras el 25,5% de los emprendedores debe movilizarse a ciudades aledañas con el fin de obtener financiamiento en los diferentes bancos que brindan una tasa de interés accesible según la rentabilidad de la actividad económica, con un porcentaje equivalente a 2,8% de los emprendedores optaron por el crédito informal para poner en marcha su negocio considerando las altas tasas de interés.

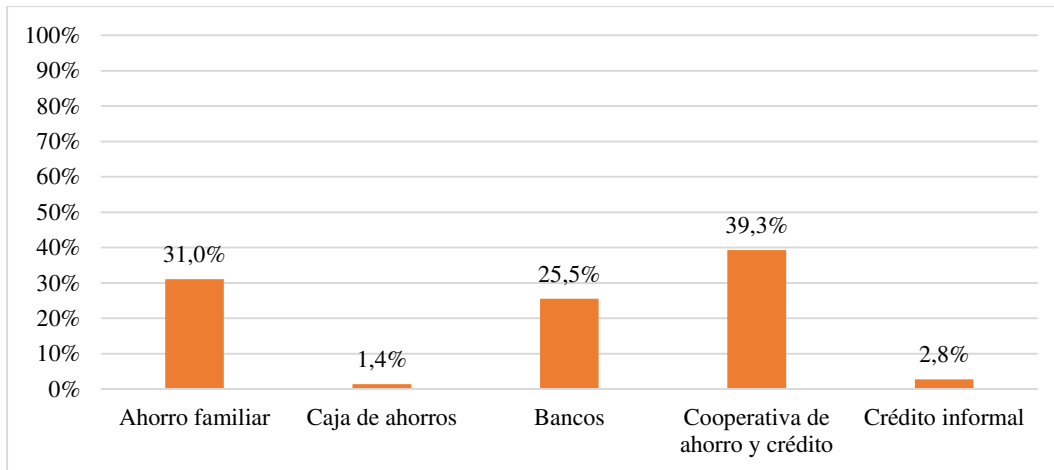


Figura 18. Financiamiento para emprender
Fuente: Investigación de campo

b. Conocimiento de políticas gubernamentales que apoyen al emprendimiento

Las políticas de gobierno para un “mejoramiento del clima emprendedor, deben tener, elasticidad laboral, incentivos estatales, marco regulatorio amigable a la inversión, legislación que reúna nuevas formas de financiamiento, inversionistas ángeles, capital de riesgo, estableciendo normativa para favorecer los emprendimientos donde el país posea ventajas comparativas”, GEM (2016); por lo tanto, el desarrollo del emprendimiento en función del contexto político causa incertidumbre en el negociante por los cambios existentes en el marco legal..

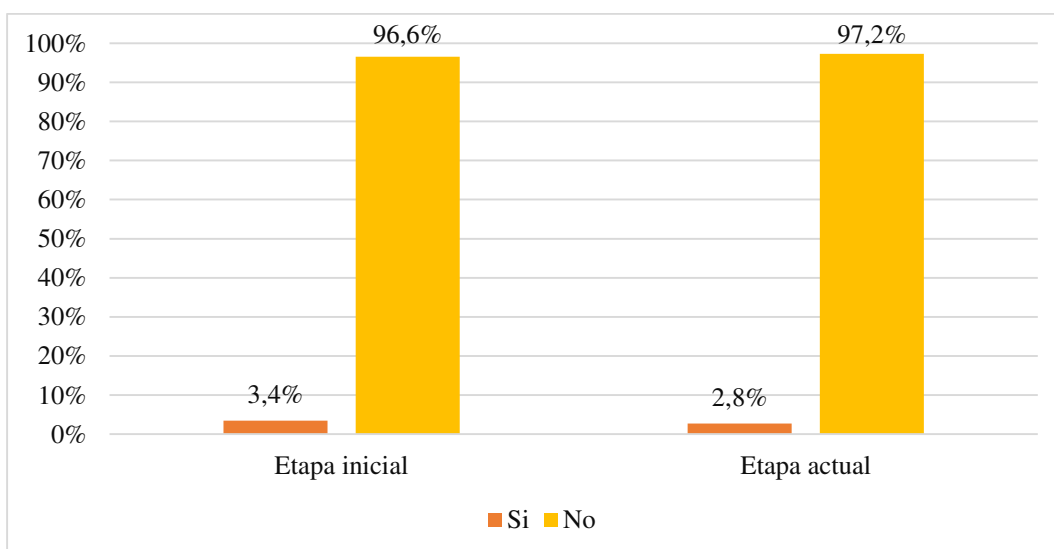


Figura 19. Conocimiento de políticas gubernamentales que apoyen al emprendimiento
Fuente: Investigación de campo

El desconocimiento de políticas estatales que apoyen al emprendedor tanto en la etapa inicial como en la etapa actual poseen más del 95% de emprendedores, es decir, 140 emprendedores no tenían conocimiento de políticas gubernamentales sustento para la innovación en productos o servicios nuevos o existentes, mientras que, alrededor del 3% de negociantes conocen ciertos estatutos respaldadores a sus emprendimientos, en otras palabras, solo 5 personas saben que el emprendimiento tiene algunas bases legales para su funcionamiento entre ellas el plan del Buen Vivir, el financiamiento del BanEcuador, Mipro, etc. (figura 18).

c. Posesión del local de los emprendedores en la etapa inicial y actual.

La ventaja de poseer un local para realizar la actividad de negocio es importante para el emprendedor, por lo tanto, en la figura 20, se presenta una comparación entre la posesión de local comercial por los emprendedores del cantón San Pedro de Huaca.

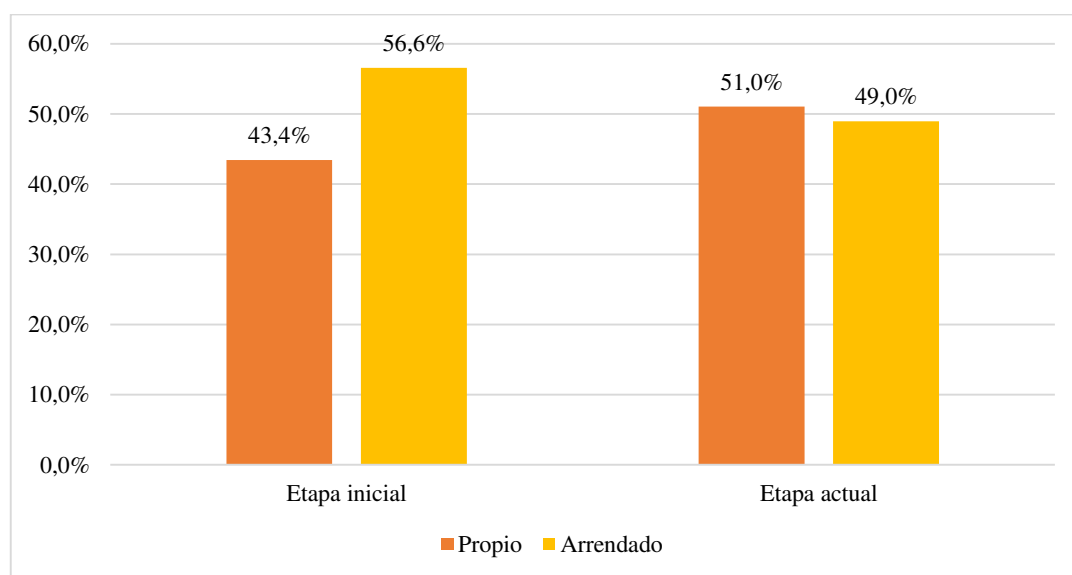


Figura 20. Posesión del local de los emprendedores en la etapa inicial y actual.

Fuente: Investigación de campo

En la etapa inicial, 63 emprendimientos (43,4%) poseían un local propio, 82 de los negocios arrendaban un local para realizar la actividad de comercio (56,6%), en cambio, la etapa actual ha crecido en un 7,88% de comerciantes (74 emprendimientos) con local propio para realizar su actividad, representando un 51,0% de mercantes, el 49% de emprendedores (71 negociantes) aún arriendan un local para la actividad comercial.

d. El emprendedor ha realizado investigaciones de mercados para iniciar su negocio.

Al no realizar una investigación previa de mercados puede ser que el proyecto no esté bien organizado, por otra parte, los emprendedores de Huaca no realizan dicho estudio y establecen su negocio de forma empírica.

En el formulario emprendedor, aplicado a los negociantes del cantón San Pedro de Huaca, se indaga si habían realizado dicha investigación, los resultados fueron los siguientes:

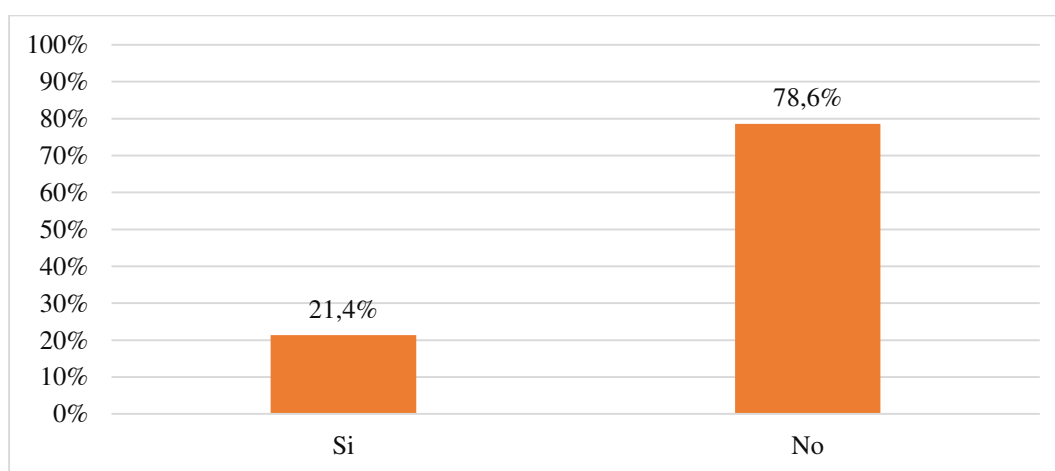


Figura 21. El emprendedor ha realizado investigaciones de mercados para iniciar su negocio.

Fuente: Investigación de campo

Un 78,6% de negocios (114 emprendimientos) no han realizado una averiguación previa del mercado para emprender, es decir, emprendieron empíricamente, lo que supondría no ser una actividad relevante para los emprendedores, mientras, en un porcentaje bajo del 21,4% (31 negocios) dicen haber realizado una exploración anterior del mercado, sirviéndoles para conocer a sus clientes, la competencia presente en el mercado aumentando su rentabilidad.

4.1.3. Potencialidades que influyen en el desarrollo emprendedor

Las potencialidades que influyen en el desarrollo emprendedor en el cantón San Pedro de Huaca según la apreciación del negociante, un 26,5% influye los recursos naturales en la transformación como giro de negocio, mientras que, los emprendimientos enfocados en la orientación a negocios su mayor influencia (37,5%) es la infraestructura económica, el giro de negocio en función de la orientación a consumidores (40,6%) establecen la potencialidad que influye en el progreso de su emprendimiento es el capital financiero, en la potencialidad

de capital social y cultural los tres giros de negocio no aprecian que este sea influyente para el desarrollo de sus negocios, esta potencialidad posee un porcentaje promedio del 13%.

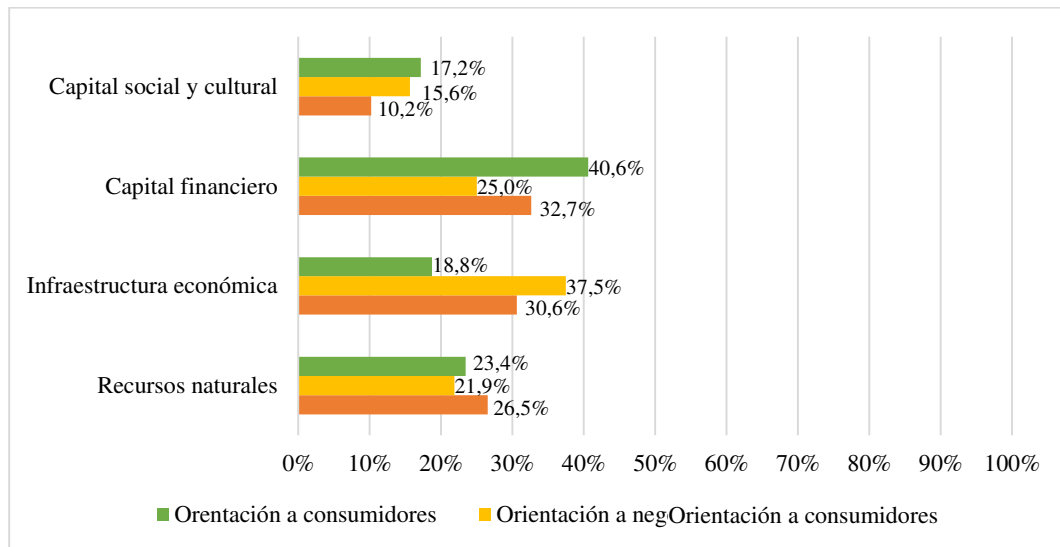


Figura 22. Potencialidades que influyen en el desarrollo emprendedor.

Fuente: Investigación de campo

4.2. Discusión

4.2.1. Potencialidades del Cantón San Pedro de Huaca

4.2.1.1. Análisis de la orientación de los negocios en función del aprovechamiento de las potencialidades

Las potencialidades comprenden cuatro aspectos según el PNUD establece los recursos naturales, infraestructura económica, capital financiero y el capital social - cultural para ello a continuación se hace énfasis en cada una de las potencialidades:

Según Velásquez, (2006) La infraestructura económica son los materiales y controles sociales que requiere una sociedad para producir sus bienes; Morera Camacho, (1998) considera que el capital financiero es el apoyo activo de los gobiernos para establecer las condiciones de rentabilidad de los negocios; Puignau, (2017) Los recursos naturales forman parte del patrimonio nacional, justificando algunas preferencias del sector agropecuario y la conservación de la base ecológica.

Tabla 2. Orientación de los negocios en función del aprovechamiento de potencialidades

Orientación del negocio	Potencialidades aprovechadas				Total
	Recursos naturales	Infraestructura a económica	Capital financiero	Capital social y cultural	
Transformación	26,5%	30,6%	32,7%	10,2%	100,0%
Orientación a negocios	21,9%	37,5%	25,0%	15,6%	100,0%
Orientación a consumidores	23,4%	18,8%	40,6%	17,2%	100,0%

Fuente: Encuesta a emprendedores

Elaborado por: Coral C, Ordóñez E. (2018)

En base a los resultados de la investigación se realiza el cruce de dos variables que indica la orientación de los negocios en base a las potencialidades establecidas por el PNUD, la cual indica que los negocios enfocados en la transformación como venta de insumos agrícolas y ganaderos, venta de carne, etc., poseen una sostenibilidad en los recursos naturales, dado que, San Pedro de Huaca es una zona netamente agropecuaria, en este sentido lo expuesto muestra una relación constante con lo establecido por Puignau sobre los recursos naturales en relación a la conservación de la base ecológica.

En cuanto a la potencialidad de infraestructura económica, se considera que los emprendimientos del Cantón San Pedro de Huaca tiene una relación con las actividades orientadas al ejercicio de profesionales contadores, abogados etc., enfocándose en la satisfacción de las necesidades de la sociedad a través de prestación de servicios profesionales manteniendo una relación con lo manifestado por Velasquez sobre la infraestructura económica.

El capital financiero que obtienen los emprendedores del Cantón han sido destinados en la actividad de comercio de negocios orientados a consumidores, es decir, a la venta de víveres y a comercializar por mayor y menor de artículos de bazar y papelería, según esta investigación, no está en total relación con dicha potencialidad debido a la mayoría de emprendimientos no están apoyados e impulsados por los gobiernos.

4.2.2. Desarrollo emprendedor

4.2.2.1. Giro del Negocio

a. Análisis de la orientación del negocio con respecto a la edad de los emprendedores

La edad es importante para emprender refleja según el criterio de Cahuasquí (2013) que en su mayoría la edad de los emprendedores está entre los 18 y 28 años de edad, y los emprendedores de 50 años alcanzan un porcentaje bajo. En este punto es importante

establecer si los rangos de edad manifestados están acordes con la investigación realizada y hacen énfasis en la actividad económica que realizan.

Tabla 3. Porcentaje de la edad considerando la orientación del negocio

Orientación de los Negocios	Edad					Total
	(18-24)	(25-34)	(35-44)	(45-54)	(55-64)	
Transformación	14,3%	16,3%	20,4%	24,5%	24,5%	100,0%
Orientación a negocios	25,0%	12,5%	31,3%	21,9%	9,4%	100,0%
Orientación a consumidores	10,9%	12,5%	37,5%	21,9%	17,2%	100,0%

Fuente: Encuesta a emprendedores

Elaborado por: Coral C, Ordóñez E. (2018)

Los jóvenes que comprenden las edades de 18 a 24 años de edad, en su gran mayoría establecen las actividades comerciales orientados a negocios, según lo analizado en base a recopilación de información dentro de estos se encuentran los negocios comerciales y negocios de telecomunicaciones en San Pedro de Huaca, mostrándose bastante la prestación de servicios de telefonía como (cabinas o uso de recargas), también hay actividades profesionales y actividades orientadas a la comercialización y distribución de alimentos, bebidas como podemos notar los emprendimientos presentes no tiene concordancia con lo dicho por Cahuasquí (2013), debido a que, según esta investigación los emprendedores entre los 18 a 24 años de edad son los que menos emprenden, y si observamos los porcentajes de la gente madura entre los 35 a 44 años son similares entre el 24% y 22% y entonces se distribuye casi en su totalidad a todas las formas de emprender es la transformación.

En la orientación a negocios y la orientación a consumidores, se observa que el grupo etario de 35 a 44 años se dedican más a emprender en negocios orientados a consumidores, es decir, de consumo venta al por mayor y menor de víveres, a las actividades de diversión como discotecas, billares y bares, de igual manera hay negocios enfocados en la venta de artículos de bazar y papelería, en sí como se observa los negocios se dedican más a la comercialización haciendo énfasis en la venta al por menor y mayor de víveres convirtiéndose en emprendimientos a base de necesidad.

b. Nivel de ingresos mensuales de los emprendimientos en función del giro de negocio

Las tendencias de los ingresos mensuales generados por los emprendimientos según el criterio del Global Entrepreneurship Monitor,(2013) para que exista emprendimiento deben existir personas con más de \$319 de ingresos y a continuación enfocar su negocio sea a transformación, orientación a negocio y orientación a consumidores.

Tabla 4. El Nivel de ingresos de los emprendimientos de acuerdo a la orientación del negocio

Orientación de los Negocios	Nivel de Ingreso Mensual					Total
	Menos de 500	501-1000	1001-1500	1501-2000	2001 a más	
Transformación	53,1%	26,5%	4,1%	2,0%	14,3%	100,0%
Orientación a negocios	62,5%	21,9%	0%	3,1%	12,5%	100,0%
Orientación a consumidores	64,1%	25,0%	3,1%	0%	7,8%	100,0%

Fuente: Encuesta a emprendedores

Elaborado por: Coral C, Ordóñez E. (2018)

Según la investigación el nivel de ingresos mensuales superior a los 2000 dólares pertenece a la transformación haciendo énfasis en los emprendimientos que poseen sostenibilidad en función de los recursos naturales, dentro de ellos se encuentran las carnicerías esto muestra que San Pedro de Huaca es netamente un cantón dedicado a la ganadería y se encuentran los almacenes que se dedican a la venta de insumos agrícolas y ganaderos.

En cambio si se observa los porcentajes en función de las otras actividades, es evidente considerar la existencia de gran relación y abarcando las maneras de clasificar al emprendimiento la mayoría están orientados a negocios, dentro de estos, se encuentran las actividades profesionales y orientados a consumidores aquellos que se dedican a la venta de víveres y la venta de artículos de bazar y papelería, siendo rentables estos emprendimientos, cabe señalar que la venta de artículos de bazar y papelería en su mayoría en temporadas de apertura del nuevo año escolar, a pesar de que los ingresos son menores de \$500 en dicha temporada deciden contratar un vendedor temporal.

c. El nivel de educación de los emprendedores con respecto a la actividad del negocio

El nivel de educación es un factor muy importante para emprender y más aún abre las puertas para entender qué tipo de negocio es el que quiere elegir para su administración, según se refleja en el criterio del GEM, (2013) que:

La educación es la fortaleza de acuerdo a la formación profesional y la educación continua, así como también tiene relación la educación basada en la administración de empresas en la cual se prepara para la creación y gestión de empresas, cabe señalar que esto es un factor importante para analizar.

Tabla 5. El nivel de educación de los emprendedores y la relación con la orientación de los negocios

Orientación de los Negocios	Nivel de Educación				Total
	Primaria	Secundaria	Superior con Título	Superior sin título	
Transformación	34,7%	44,9%	12,2%	8,2%	100,0%
Orientación a negocios	43,8%	28,1%	25,0%	3,1%	100,0%
Orientación a consumidores	39,1%	51,6%	3,1%	6,3%	100,0%

Fuente: Encuesta a emprendedores

Elaborado por: Coral C, Ordóñez E. (2018)

Es evidente que la mayoría de emprendimientos orientados a la transformación son aquellos que están administrados por emprendedores que han culminado sus estudios superiores, es decir que en Huaca la mayoría de negocios según lo analizado dentro de la investigación están enfocados en panaderías y la venta al por menor de alimentos procesados puede ser el caso de restaurantes y locales en los cuales se dedican a la venta de comidas rápidas como salchipapas, hamburguesas entre otros.

En cambio pocas ideas están dedicadas a crear emprendimientos orientados a negocio y a la transformación, presentan un nivel de educación superior con título aquí se contrasta a lo expuesto por el GEM (2013), solo se puede dar esta condición para negocios que últimamente son administrados por nuevos dueños, es así que, no existe un alto porcentaje de emprendedores que están netamente capacitados para administrar de mejor manera sus emprendimientos, cabe mencionar, los emprendedores pueden estar en constante capacitación para mejorar la calidad de su servicio o de su emprendimiento pero no poseer un título superior.

d. El género de los emprendedores y su actividad de negocio

El emprendimiento en cuanto a hombres y mujeres según la consideración del Organismo Internacional de Juventud, (2016) hace énfasis en que las mujeres tienden a tener menores tasas de participación en el emprendimiento, enfrentándose a más limitaciones sociales y culturales que los hombres, según datos encontrados se analizará a continuación.

Tabla 6. Género de los emprendedores y su orientación del negocio.

Orientación de los Negocios	Género		Total
	Masculino	Femenino	
Transformación	36,7%	63,3%	100,0%
Orientación a negocios	50,0%	50,0%	100,0%
Orientación a consumidores	28,1%	71,9%	100,0%

Fuente: Encuesta a emprendedores

Elaborado por: Coral C, Ordóñez E. (2018)

Se puede evidenciar en dicho Cantón las mujeres poseen un margen de diferencia elevado en relación a los hombres esto quiere decir que la mayoría de emprendimientos están administrados por mujeres quienes están dispuestas a enfrentar temores y obstáculos, siendo las mujeres quienes deciden aportar con un ingreso adicional a los gastos del hogar o en su defecto son ellas jefe de hogar, considerando que una persona está involucrada en alguna actividad emprendedora o tiene ya un negocio establecido, tiende a tener una mayor percepción de buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses y capacidades

para lograrlo; y a la vez, una menor percepción de miedo al fracaso como un obstáculo para emprender.

4.2.2.2. Motivación como eje para emprender

a. *Análisis de la influencia de la edad con respecto de la motivación del emprendedor.*

La determinación del impulso para crear una empresa, según el GEM (2016):

La motivación por oportunidad supera a la necesidad para emprender, aunque se sitúa por debajo del promedio regional; sin embargo, la proporción de la tasa de emprendimientos tempranos (TEA) emprende por necesidad lo supera. Ecuador muestra además un índice motivacional entre los más bajos de la región.

Dado esto, en el cantón San Pedro de Huaca se ve reflejado dicha afirmación, la motivación para emprender por oportunidad en las edades de 18 a 24 años de edad posee un alto indicativo de alrededor del 32% de encuestados, mientras que, en el mismo rango de edad con un índice superior al 50% de emprendedores encuestados emprenden motivados por necesidad, cumpliendo con lo encontrado por el GEM.

Tabla 7. Motivación para emprender en función de la edad

Edad	Motivación a emprender					Total
	Por oportunidad	Por necesidad	Motivación mixta	Por tradición	Por costumbre	
(18-24)	31,82%	54,55%	13,64%	0,00%	0,00%	100%
(25-34)	10,00%	40,00%	35,00%	5,00%	10,00%	100%
(35-44)	15,91%	63,64%	18,18%	2,27%	0,00%	100%
(45-54)	15,15%	54,55%	30,30%	0,00%	0,00%	100%
(55-64)	15,38%	73,08%	7,69%	0,00%	3,85%	100%

Fuente: Encuesta a emprendedores

Elaborado por: Coral C, Ordóñez E. (2018)

En cuanto al rango de edad de 35 a 44 este grupo de emprendedores tiene una participación más alta en el emprendimiento motivados por la necesidad, infiriendo, en la mayoría de empresas solo contratan a los profesionales y no profesionales hasta los 30 años, por lo tanto, no existen plazas de trabajo que puedan ocupar estas personas, impulsándolos a crear su propio negocio para tener una fuente de ingresos para su hogar.

De igual manera, en el grupo etario de 55 a 64 años se cumple con la afirmación antes expuesta del GEM encontrando un 73% de los encuestados de edad laboral madura denominados así por INEC (2017), que decidieron crear su propio negocio por la necesidad de tener ingresos propios para sustento familiar, no por decisión de ser independientes, sino

porque no encuentran otra forma de subsistir. “Este último no genera mucho impacto en la economía de los países” (Harding, Brooksbank, Walker, & Hart, 2014, pg. 17), por lo general no asocia a la innovación y genera pocas plazas de trabajo.

La motivación para emprender por tradición según Sastre (2013, pg. 28) establece: “este emprendedor se ha empapado de emprender desde el nacimiento porque procede de una larga estirpe de emprendedores. Lo de emprender le viene por tradición familiar y se podría decir que lleva el gen emprendedor en su ADN”, partiendo de este concepto, se observa como en los emprendedores del Cantón San Pedro de Huaca no superan el 15% por falta de creación de una cultura de emprendimiento en los jóvenes hasta la afectación a sus familias por la crisis económica. En los tiempos de ambiente político consientes de la falta de plazas de trabajo, intentan impulsar y fomentar el emprendurismo.

4.2.2.3. Etapa de Desarrollo

a. *Número de trabajadores en función de la actividad del emprendimiento*

Según Cahuasquí (2013) en la Zona 1 Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos: “La gran mayoría (96,7%) de las empresas poseen entre uno y diez trabajadores. Analizando estos hallazgos se puede determinar que casi la totalidad de organizaciones que se establecen de acuerdo al número de trabajadores son microempresas no mayores a 9 empleados” (pg. 62). En la tabla 8 se demuestra el número de trabajadores de las empresas constituidas en el Cantón San Pedro de Huaca en un promedio de más del 90% contratan de 1 a 3 trabajadores tanto en la etapa inicial como en la etapa actual del emprendimiento, sin importar la orientación del negocio.

Tabla 8. Número de trabajadores en función de la actividad del emprendimiento

Orientación del negocio	Trabajadores etapa inicial			Trabajadores etapa actual			
	1-3	4-6	10 o más	1-3	4-6	7-9	10 o más
Transformación	95,92%	4,08%	0,00%	91,84%	6,12%	2,04%	0,00%
Servicios a negocios	84,38%	0,00%	15,63%	84,38%	3,13%	0,00%	12,50%
Orientación a consumidores	100,00%	0,00%	0,00%	96,88%	3,13%	0,00%	0,00%

Fuente: Encuesta a emprendedores

Elaborado por: Coral C, Ordóñez E. (2018)

Como lo define el Código Orgánico de la Producción: “las microempresas tienen entre 1 a 9 trabajadores; pequeña empresa entre 10 a 49 trabajadores; mediana empresa entre 50 a 199, empresa grande posee más de 200 trabajadores” por lo tanto, no ha existido ningún

crecimiento en los emprendimientos de transformación que en su etapa inicial y actual poseen un promedio de 93% contratando de 1 a 3 trabajadores observando la inexistencia de incremento de plazas de trabajo por parte de estas empresas, en la misma actividad de negocio se observa, solo un restaurante incremento sus plazas de trabajo aumentando a 4 o 6 trabajadores.

En la actividad orientación a negocios se redujo el número de trabajadores en las empresas que contaban con 10 o más trabajadores y orientación a consumidores del Cantón San Pedro de Huaca, finiquitando solo existen microempresas de 1 a 3 empleados máximo, como lo afirma Cahuasquí, (2013, pg. 62) “En Carchi es difícil encontrar empresas con más de 20 empleados, la generalidad es localizar micros y pequeñas empresas”. Por otra parte, las instituciones públicas no realizan incentivos dirigidos a las empresas para lograr un crecimiento de las mismas.

4.2.2.4. Contexto y condición

a. El financiamiento en función de la actividad comercial

El financiamiento limita el emprendimiento en la etapa inicial, siendo difícil encontrar los recursos necesarios para empezar su negocio, en cada institución financiera para conceder un crédito les solicitan el valor de los activos que poseen, el record de ventas de varios meses sirviendo de garantía a dicha institución, dado esto, según Mera & Vela, (2012) afirman que “las fuentes de financiamiento para iniciar la microempresa se descubre un panorama interesante”. Los emprendedores inicia su organización gracias a sus ahorros personales (67,1%), su otra opción como fuente de financiamiento son los créditos familiares y de amigos, con un 12,6% en promedio (pág. 52).

En el canton San Pedro de Huaca al exisitir pocas instituciones financieras que faciliten los creditos para iniciar su empresa, los negociantes recurren a los ahorros familiares como fuentes principales de financiamiento para el emprendimiento tendiendo a ser las mas utilizadas en este cantón.

De acuerdo al GEM (2016, pág. 49) “el 33% de los emprendedores ecuatorianos recibieron inversiones de familiares en 2016, frente al 30% en 2015”, viendose reflejado esto en los emprendedores del Canton San Pedro de Huaca, para iniciar sus actividades comerciales de

transformación, orientación a negocios y consumidores, recibieron el capital inicial por parte de ahorros familiares observando desde el año 2012 hasta marzo 2018 no ha variado dicha apreciación (tabla 9), Cahuasquí, (2013) destaca que en “Carchi la cuarta parte de las empresas son creadas con fondos familiares”.

Tabla 9. El financiamiento en función de la actividad comercial

Orientación del negocios	Financiamiento para emprender					Total
	Ahorro familiar	Caja de ahorros	Bancos	Cooperativa de ahorro y crédito	Crédito informal	
Transformación	36,7%	0,0%	30,6%	30,6%	2,0%	100,0%
Orientación a negocios	28,1%	3,1%	18,8%	43,8%	6,3%	100,0%
Orientación a consumidores	28,1%	1,6%	25,0%	43,8%	1,6%	100,0%

Fuente: Encuesta a emprendedores

Elaborado por: Coral C, Ordóñez E. (2018)

Es importante mencionar, en los negocios dedicados a la transformación en porcentajes altos utilizaron el servicio de bancos y cooperativas de ahorro y crédito para el financiamiento de su negocio, dicho financiamiento está sujeto a la ley y su tasa de interés se regula a través de políticas bancarias. Además, se debe indicar que en la orientación a negocios varios de los emprendedores (6%) han accedido a un crédito informal, como establecen Ochoa , Sanchez, & Benitez, (2016, pg. 16) “los préstamos informales son financiamientos muy concurrentes debido a su fácil acceso (trámite sin papeleo) y solucionan problemas económicos a personas”, siendo este un crédito que no posee ningún reglamento y sus tasas de interés son más altas de las normadas por la ley.

4.3. Respuesta al problema planteado

En resumen y en respuesta a la pregunta enunciada; ¿Cuáles son las potencialidades que influyen en el desarrollo emprendedor en el Cantón San Pedro de Huaca?, no existe una incidencia en la creación de emprendimiento.

Los emprendimientos dedicados a la actividad de transformación específicamente negocios a la venta de insumos agrícolas y ganaderos tienen una leve sostenibilidad en la potencialidad de recursos naturales, porque el Cantón es considerado netamente agropecuario.

Los negocios en base a la orientación a negocios y consumidores no están ligadas a ninguna potencialidad, la falta de conocimiento de potencialidades por parte de los habitantes impide que estos las aprovechen para la creación de emprendimientos, al aprovechar dichas potencialidades antes mencionadas podría tener un margen de vida más alta y por ende el índice de ingresos aumentaría.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

El cantón San Pedro de Huaca cuenta con grandes superficies de pastos naturales que ayudan a fomentar la crianza de ganado vacuna y mantener el 40,11% ya existente, las especies de animales menores 48,31%.

La potencialidad que influye en mayor porcentaje en el cantón San Pedro de Huaca, para los negocios es la infraestructura económica basada en la inversión de instituciones públicas en red vial, permitiendo que sea más accesible el ingreso y salida de mercadería.

Existen dos cooperativas que son entes generadores de capital para crear nuevos emprendimientos y convertirse en fuentes de trabajo.

El 44% de los emprendedores orientaron su negocio hacia los consumidores, resaltando la presencia de negocios enfocados en: venta al por mayor y menor de víveres, bazar y papelería considerando su actividad netamente comercial. Los emprendimientos del Cantón San Pedro de Huaca han presentado con mayor incidencia su orientación hacia consumidores esto quiere decir que existe gran presencia de negocios enfocados en; venta al por mayor y menor de víveres considerando que son netamente comerciales dirigido a clientes, de igual manera orientados a la venta al por mayor y menor de artículos de bazar y papelerías generando una rentabilidad menor a \$500

En los negocios dedicados a la transformación destacan un porcentaje alto la venta por menor de alimentos procesados o restaurantes, panaderías, los cuales le generan un ingreso de aproximadamente \$500 mensuales.

Según la investigación se concluye que el 58,6%, más de la mitad de emprendimientos del Cantón San Pedro de Huaca, nacen a raíz de la necesidad, es decir, debido a la falta de empleo los habitantes de dicho Cantón se ven en la necesidad de crear emprendimientos que ayuden cubrir las necesidades básicas generadas por sus integrantes.

Como resultado de la investigación es posible concluir que en el cantón San Pedro de Huaca los emprendedores entre la edad de 35 a 44 años de edad emprenden por necesidad ya que no existen plazas de trabajo que puedan ocupar estas personas, impulsándolos a crear su propio negocio para tener ingresos su hogar.

Luego de investigar se concluye que los emprendimientos en la etapa inicial de su desarrollo cuentan con un registro de Patente legal es decir cumplen con los estándares establecidos por la ley en un 33,1% siendo esto menor a la mitad de todos los emprendimientos, y para la etapa actual el margen de registro legal aumenta en un 36,6%, siendo esto un margen positivo para los negocios.

Los emprendimientos tanto la etapa inicial como en la etapa actual poseen de uno a tres trabajadores entendiéndose que no existió un incremento de plazas de trabajo, y se consideran microempresas según SRI. En las empresas dedicadas a servicios a negocios un promedio del 13% poseen de 10 o más empleados.

En el Cantón San Pedro de Huaca en la etapa actual el 2% de emprendedores tuvieron ingresos necesarios para adquirir un local propio, siendo esta una ventaja para realizar su actividad comercial.

Se concluye que en la etapa actual el 2% de emprendedores poseen los ingresos necesarios para la obtención de un local propio.

5.2. Recomendaciones

Las autoridades correspondientes deben capacitar a los habitantes del cantón San Pedro de Huaca sobre las potencialidades que posee dicho cantón, de esta manera aprovechar de manera adecuada cada uno de los recursos presentes en el territorio, permitiendo lograr las metas y objetivos de las empresas del cantón.

Incentivar a los jóvenes a emprender por oportunidades presentes en el mercado, después de realizar una investigación de mercado para una mejor administración, con la finalidad de mejorar sus ingresos y satisfacer las necesidades del cliente, de igual manera crear nuevas plazas de trabajo.

En base al giro de negocio de los emprendimientos del cantón San Pedro de Huaca se recomienda que realicen una investigación de mercados para ampliar el giro del negocio en base a las potencialidades con las que cuenta el Cantón para evitar que exista una excesiva competencia entre negocios con igual actividad económica.

Se recomienda brindar apoyo económico y capacitaciones a las personas que deciden crear nuevos emprendimientos, los cuales ayudan a generar ingresos para solventar los gastos básicos del hogar como también crear una cultura emprendedora.

De acuerdo a la etapa de desarrollo de los emprendimientos del cantón San Pedro de Huaca, se recomienda realizar capacitaciones en base a la documentación legal que deben poseer los emprendedores para el funcionamiento de sus locales comerciales en base a lo establecido por la ley.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amaya, L. (09 de abril de 2016). Oferta monetaria. Recuperado el 12 de febrero de 2017, de Minmeister: <https://www.mindmeister.com/es/747586533/teor-a-cuantitativa-del-dinero>
- Banco Popular Dominicano. (08 de febrero de 2016). VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE TENER TU PROPIO NEGOCIO. Recuperado el 26 de mayo de 2018, de <https://www.impulsapopular.com/impulsate/ventajas-y-desventajas-de-tener-tu-propio-negocio/>
- Cahuasquí, E. M. (2013). Perfil del emprendedor del norte del ecuador. Tulcán.
- ESPAE. (2014). GEM. Gem, Guayaquil. Obtenido de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi8laeH4_PTAhXDLSYKHUbgGCKIQFgghMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.espae.espol.edu.ec%2Fimages%2Fdocumentos%2Fpublicaciones%2Flibros%2FGemEcuador2015.pdf&usg=AFQjCNFui4gL9V4k
- GEM. (2013). Global Entrepreneurship.
- GEM. (2016). GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR ECUADOR 2016. ESPAE. Guayaquil: ESPAE ESPOL. Recuperado el 29 de MAYO de 2018, de <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/ReporteGEM2016.pdf>.
- Gobierno Provincial del Carchi PREFECTURA. (2013). Carchi Prioridades para el Desarrollo Agenda 2013 - 2020. Gobierno Provincial del Carchi, Tulcán. Recuperado el 30 de 04 de 2017, de <http://www.carchi.gob.ec/agenda20132020/AGENDADEPRIORIDADES.pdf>

- Harding, R., Brooksbank, D., Walker, J., & Hart, M. (2014). Global Entrepreneurship Monitor Report. En Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento (pág. 133).
- Huaca, G. A. (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Huaca.
- Huaca, G. A. (2014). Plan de Desarrollo y Orientación Territorial. Huaca.
- Laura, C. (noviembre de 2012). lifeder.com. Recuperado el 27 de mayo de 2018, de lifeder.com: <https://www.lifeder.com/giro-de-una-empresa/>
- López, J. (2016). El emprendimiento y la innovación como el eje del desarrollo económico. Ponencia, Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán. Recuperado el 14 de 05 de 2017
- Mera Rodríguez, W. G., & Vela Cepeda, L. A. (2012). Diagnóstico situacional de la gestión empresarial de las empresas de la Provincia del Carchi. En UPEC, SATHIRI: Sembrador (pág. 22).
- Montero Carrión, J. (2011). Emprendedores, Historia de visión, optimismo y persistencia. Quito: El Conejo.
- Morera Camacho, C. (1998). El Capital Financiero en México y la Globalización. México: Era. S.A.
- Newton, F. (2007). Conceptos generales de capital y mantenimiento de capital financiero. eumed.net. Recuperado el 26 de mayo de 2018, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/919/Conceptos%20generales%20de%20capital%20y%20mantenimiento%20de%20capital%20financiero.htm>

Ntumba, B. (15 de abril de 2010). Gestipolis. Recuperado el 27 de mayo de 2018, de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/sistemas-de-informacion-de-marketing-e-investigacion-de-mercados/>

Organismo Internacional de Juventud, (2016). Una Perspectiva Iberoamericana sobre el Emprendimiento Juvenil.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2005). Guía para la identificación de potencialidades. Lima: PNUD.

Puignau, J. (2017). Recursos naturales y sostenibilidad agrícola. Brasil.

Renault Adib, A. (2010). Guía para la formulación y gestión de planes de desarrollo rural sostenible. Asunción, Paraguay: Agris.

Schumpeter, J. A. (1954). Historia del análisis económico. Oxford: Planeta S.A.

UNESCO. (2005). INFORME DE SEGUIMIENTO DE EPT EN EL MUNDO. PARIS: UNESCO.

Velásquez, M. (2006). Ética en los Negocios. México: Pearson.

VII. ANEXOS

7.1. Anexo 1. Formato ficha de observación potencialidades



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING



Ficha de observación

Las Potencialidades y el Desarrollo Emprendedor en el Cantón San Pedro de Huaca

Objetivo. Recolectar información necesaria para establecer el nivel de desarrollo emprendedor y las potencialidades del canton San Pedro de Huaca.

Potencialidad	Variable	Número	Unidad de medida
RECURSOS NATURALES	A.1.	Kilómetros de:	
	A.1.1	Superficie agrícola bajo riego	
	A.1.2	Superficie forestal riego	
	A.1.3	Superficie de pastos naturales	
	A.2.	Número de animales según la:	
	A.2.1	Población de ganado vacuno	
	A.2.2	Población de ganado ovino	
	A.2.3	Población de ganado porcino	
	A.2.4	Población de aves de corral	
	A.2.5	Población de ganado alpacas	
	A.2.6	Población de ganado llamas	
	A.2.7	Población de ganado caballar	
	A.2.8	Población de ganado mular	
A.2.9	Población de animales menores (cuyes y conejos)		
A.3	Mencione el número de escenarios turísticos		
A.3.1	Recursos turísticos Naturales		
A.3.1.1	Estación biológica Guanderas		
Infraestructura Económica	B.1	Kilometros de:	
	B.1.1	Red vial Asfaltada	
	B.1.2	Red vial Empedrada	
	B.1.3	Red vial Lastrada	
	B.1.4	Red Vial de Tierra	
	B.2	Inversiones	
	B.2.1	Gobierno central	
	B.2.2	Gobiernos Locales	
	B.3	Hospedajes	
	B.3.1	Hospedajes turísticos categorizados	
	B.4	Población con:	
	B.4.1	Energía Eléctrica	
	B.4.2	Telefonía Fija	
B.4.3	Televisión por Cable		
Capital Financiero	C.1	Oficinas de:	
	C.1.1	Banca Comercial	
	C.1.2	Cooperativas de Ahorro y Crédito	
	C.1.3	Cajas de Crédito Rural	
Capital Social y Cultural	D.1	Comedores	
	D.1.1	Populares	
	D.1.2	Restaurantes	
	D.2	Productores	
	D.2.1	Agropecuarios	
	D.3	Afiliaciones de productores agropecuarios a una organización productiva	
	D.3.1	Afiliaciones de productores agropecuarios a una organización productiva	

7.2. Anexo 2. Formato encuesta a emprendedor



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING



ENCUESTA A EMPRENDEDORES

Las Potencialidades y el Desarrollo Emprendedor en el Cantón San Pedro de Huaca

El propósito del presente es recolectar información necesaria para establecer el nivel de desarrollo emprendedor y las potencialidades en el Cantón San Pedro de Huaca, los datos proporcionados serán de carácter confidencial y sirven para datos estadísticos

DATOS GENERALES DEL EMPRENDEDOR.

1. ¿En que rango de edad se encuentra usted?

18-24 25-34 35-44 45-54 55-64

2. ¿Cuál es el nivel máximo de educación?

Primaria Secundaria Superior con Título Superior sin Título Posgrado Especialización Posgrado Maestría Postgrado Doctorado Ninguna

3. ¿Cuál es su género?

Masculino Femenino LGTBI

4. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado su emprendimiento?

Meses:

5. Considerando que las potencialidades son todos aquellos recursos en su sentido más amplio, que existen en una zona determinada, pero que no están siendo utilizados plenamente, para la generación actual o futura de ingresos que sean capaces de dinamizar las economías donde están localizadas y mejorar los niveles de desarrollo humano sostenible de las poblaciones en donde se encuentran dichos recursos. Usted diría que las potencialidades de este cantón se enfocan en:

Recursos naturales Infraestructura Económica Capital financiero Capital social-cultural

6. ¿Su emprendimiento está en relación a alguna de las siguientes potencialidades del cantón?

Recursos naturales Infraestructura Económica Capital financiero Capital social-cultural

7. ¿Cuál es el valor total mensual, en dólares, de sus egresos?

Menos de 500 501 – 1000 1001 – 1500 1501 – 2000 2001 a más

8. De la siguiente lista, indique los tres principales rubros que le generan egresos

Servicios Básicos Alimentación Educación Infraestructura Vestimenta Transporte o combustible Impuestos Mercadería Pago a proveedores

9. ¿Cuál es el valor en dólares del ingreso mensual generado por su emprendimiento?

Menos de 500 501 – 1000 1001 – 1500 1501 – 2000 2001 a más

10. Los ingresos generados por el emprendimiento cubren sus egresos en:

10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

11. ¿Cómo obtuvo el financiamiento para emprender?

Ahorro Familiar Cajas de ahorro Bancos Cooperativa de ahorro y crédito Crédito informal

12. ¿Ha asistido a talleres sobre emprendimiento de programas gubernamentales? Si No

12.1 Si su respuesta es si mencione ¿cuántos?

GIRO DEL NEGOCIO

13. ¿Cuál es el giro de su negocio?

- Manufactura Reparación de vehículos Construcción Venta de carne Venta de insumos agrícolas y ganaderos Venta al por menor de alimentos procesados, bebidas preparadas Venta de derivados de leche Panadería Corte y confección Información y telecomunicaciones Actividades profesionales, científicas y técnicas Distribuidor de alimentos, bebidas Agricultura, ganadería Venta de materiales para construcción Venta de repuestos de vehículo Venta al por menor de viveres Servicios administrativos y de apoyo Actividades de alojamiento Actividades de turismo Actividades de diversión Venta artículos de bazar y papelería

MOTIVACION

14. ¿Por qué se motivó a emprender?

- Por oportunidad Por necesidad Motivación mixta Por tradición Por costumbre

ETAPA DE DESARROLLO

Según la etapa de desarrollo de su emprendimiento responda como inicio y cual ha sido la evolución hasta la fecha.

15. ¿Número de trabajadores en etapa inicial?

- 1 - 3 4 - 6 7 - 9 10 a más

17. ¿Cuál fue el Registro legal en la etapa inicial?

- Ninguno Patente RISE RUC

16. ¿Número de trabajadores etapa actual?

- 1 - 3 4 - 6 7 - 9 10 a más

18. ¿Cuál es el Registro legal en la etapa actual?

- Ninguno Patente RISE RUC

COMPETITIVIDAD DEL NEGOCIO

De acuerdo a la competitividad de su emprendimiento responda como inicio y cual ha sido la evolución hasta la fecha.

19. ¿Cuál fue en dólares la Inversión tecnológica (maquinaria, equipos de cómputo, etc.) en la etapa inicial del emprendimiento?

Valor \$:

21. En la etapa inicial su producto o servicio se consideró nuevo

- Sí No

23. ¿En la etapa inicial cuál es su principal competidor?

25. ¿En la etapa inicial considero usted que el en el que se encuentra es atractivo?

- Sí No

27. ¿Cómo considero la competitividad en la Etapa inicial?

- Mucha Poca Ninguna

20. ¿Cuál es en dólares la Inversión tecnológica (maquinaria, equipos de cómputo, etc.) en la etapa actual del emprendimiento?

Valor \$:

22. En la etapa actual su producto o servicio se se considera nuevo

- Sí No

24. ¿En la etapa actual cuál es su principal Competidor?

26. ¿En la etapa actual considera usted que el sector sector en el que se encuentra era atractivo?

- Sí No

28. ¿Cómo considera la competitividad en la etapa actual?

- Mucha Poca Ninguna

CONTEXTO Y CONDICION

Según el contexto y condición de su emprendimiento responda como inicio y cual ha sido la evolución hasta la fecha.

29. ¿Cuál fue el valor en dólares de la deuda, en etapa inicial?

Valor \$:

31. ¿En la etapa inicial conoció políticas gubernamentales que apoyen a su emprendimiento?

- Sí No

31.1. Si su respuesta es sí mencione ¿cuál?

33. En la etapa inicial su local fue:

- Propio Arrendado

Si su respuesta es arrendado pase a la pregunta 40.

35. ¿Cuál ha sido la inversión en infraestructura en la etapa inicial?

Valor \$:

37. ¿Ha accedido a créditos para realizar dicha inversión en la etapa inicial?

- Sí No

37.1. Si su respuesta es sí indique en qué institución?

39. ¿Ha realizado investigación de mercados para emprender?

- Sí No

40. ¿Recomendaría realizar investigación de mercados para emprender?

- Sí No

30. ¿Cuál es el valor en dólares de la deuda en la etapa actual?

Valor \$:

32. ¿En la etapa actual conoce políticas gubernamentales que apoyen a su emprendimiento?

- Sí No

32.1. Si su respuesta es sí mencione ¿cuál?

34. En la etapa actual su local es:

- Propio Arrendado

36. ¿Cuál ha sido la inversión en infraestructura en la etapa final?

Valor \$:

38. ¿Ha accedido a créditos para realizar dicha inversión en la etapa final?

- Sí No

38.1. Si su respuesta es sí en qué institución?

7.3. Anexo 3. Manual de instrucciones para el llenado de la encuesta.

MANUAL DE INSTRUCCIONES DE LAS POTENCIALIDADES Y EL DESARROLLO EMPRENDEDOR DEL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA

Esta investigación estará orientada fundamentalmente a la identificación del desarrollo emprendedor en el cantón San Pedro de Huaca. Su importancia radica en que se convierte en una fuente de información que aporta datos para la toma de decisiones políticas, para el fomento del emprendimiento.

¿QUIÉN ES EL LA PERSONA QUE LLENA ESTE FORMULARIO EN EL CONTEXTO DEL OPERATIVO DE LA INVESTIGACIÓN?

Los informantes, son las personas que han ejecutado el emprendimiento como fuente ingreso. Su trabajo es uno de los más importantes; de su buen desempeño, sentido de responsabilidad y cooperación depende en gran medida, que la información recolectada tenga la cobertura, calidad y precisión requerida.

¿QUÉ DEBE HACER LA PERSONA QUE LLENA ESTE FORMULARIO?

Llenar el formulario que será previamente entregado

Presentarse el día y hora fijados al lugar que es designado como punto de encuentro

Firmar el presente formulario y cumplir con todos los campos requeridos.

¿CÓMO LLENAR EL FORMULARIO?

Las instrucciones que se describen a continuación están orientadas a establecer la forma y los procedimientos para llenar el formulario, a fin de que esta actividad sea desarrollada en forma adecuada.

Una vez recibido el instructivo y el formulario se procede a leer el instructivo y posteriormente a llenar el formulario.

Es importante que el informante conozca la institución educativa a la que pertenece y tenga acceso a información dentro de la misma.

EJECUTAMIENTO DEL INSTRUCTIVO

Para anotar las respuestas se deben seguir las siguientes indicaciones:

Escribir usando letra imprenta, registrando claramente textos y cifras, se utilizará únicamente esfero de tinta negra o azul.

Los números deben diferenciarse claramente. En los ítems que se requiere el dato numérico se deberá escribir:

El número 4 abierto en la parte superior para evitar confundirlo con el número 9

El número 7 se debe escribir con la raya en la mitad para evitar que se confunda con el número 1.

El número 8 debe quedar cerrado para que no se confunda con el 3 o el 6.

También el 0 debe quedar cerrado para que no se confunda con el 6.

DESCRIPCIÓN DEL CUESTIONARIO

El cuestionario consta de 7 secciones

1. Bloque informativo.
2. Datos generales
3. Giro del negocio
4. Motivación
5. Etapa de desarrollo
6. Competitividad del negocio
7. Contexto y condición

BLOQUE INFORMATIVO

En la parte inicial del formulario se presentan la institución que avala el proyecto de investigación con su respectivo logo, entre ellos tenemos: la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC) y el logo correspondiente de la carrera de Administración de Empresas y Marketing (CAEM).



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

ENCUESTA A EMPRENDEDORES



Las Potencialidades y el Desarrollo Emprendedor en el Cantón San Pedro de Huaca

El propósito del presente es recolectar información necesaria para establecer el nivel de desarrollo emprendedor y las potencialidades en el Cantón San Pedro de Huaca, los datos proporcionados serán de carácter confidencial y sirven para datos estadísticos

BLOQUE I - DATOS GENERALES

Esta parte del formulario se enfoca a la obtención de información sobre edad, educación, género, tiempo en el mercado, relación con las potencialidades del territorio, ingresos y egresos, financiamiento. Para un mejor manejo de la información se recomienda poner una X en la opción que corresponda.

DATOS GENERALES DEL EMPRENDEDOR.	
1. ¿En que rango de edad se encuentra usted?	18-24 <input type="checkbox"/> 25-34 <input type="checkbox"/> 35-44 <input type="checkbox"/> 45-54 <input type="checkbox"/> 55-64 <input type="checkbox"/>
2. ¿Cuál es el nivel máximo de educación?	Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior con Título <input type="checkbox"/> Superior sin Título <input type="checkbox"/> Posgrado Especialización <input type="checkbox"/> Posgrado Maestría <input type="checkbox"/> Postgrado Doctorado <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/>
3. ¿Cuál es su género?	Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> LGTBI <input type="checkbox"/>
4. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado su emprendimiento?	Meses: <input type="text"/>
5. Considerando que las potencialidades son todos aquellos recursos en su sentido más amplio, que existen en una zona determinada, pero que no están siendo utilizados plenamente, para la generación actual o futura de ingresos que sean capaces de dinamizar las economías donde están localizadas y mejorar los niveles de desarrollo humano sostenible de las poblaciones en donde se encuentran dichos recursos. Usted diría que las potencialidades de este cantón se enfocan en:	Recursos naturales <input type="checkbox"/> Infraestructura Económica <input type="checkbox"/> Capital financiero <input type="checkbox"/> Capital social-cultural <input type="checkbox"/>
6. ¿Su emprendimiento está en relación a alguna de las siguientes potencialidades del cantón?	Recursos naturales <input type="checkbox"/> Infraestructura Económica <input type="checkbox"/> Capital financiero <input type="checkbox"/> Capital social-cultural <input type="checkbox"/>
7. ¿Cuál es el valor total mensual, en dólares, de sus egresos?	Menos de 500 <input type="checkbox"/> 501 – 1000 <input type="checkbox"/> 1001 – 1500 <input type="checkbox"/> 1501 – 2000 <input type="checkbox"/> 2001 a más <input type="checkbox"/>
8. De la siguiente lista, indique los tres principales rubros que le generan egresos	Servicios Básicos <input type="checkbox"/> Alimentación <input type="checkbox"/> Educación <input type="checkbox"/> Infraestructura <input type="checkbox"/> Vestimenta <input type="checkbox"/> Transporte o combustible <input type="checkbox"/> Impuestos <input type="checkbox"/> Mercadería <input type="checkbox"/> Pago a proveedores <input type="checkbox"/>
9. ¿Cuál es el valor en dólares del ingreso mensual generado por su emprendimiento?	Menos de 500 <input type="checkbox"/> 501 – 1000 <input type="checkbox"/> 1001 – 1500 <input type="checkbox"/> 1501 – 2000 <input type="checkbox"/> 2001 a más <input type="checkbox"/>
10. Los ingresos generados por el emprendimiento cubren sus egresos en:	10% <input type="checkbox"/> 20% <input type="checkbox"/> 30% <input type="checkbox"/> 40% <input type="checkbox"/> 50% <input type="checkbox"/> 60% <input type="checkbox"/> 70% <input type="checkbox"/> 80% <input type="checkbox"/> 90% <input type="checkbox"/> 100% <input type="checkbox"/>
11. ¿Cómo obtuvo el financiamiento para emprender?	Ahorro Familiar <input type="checkbox"/> Cajas de ahorro <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/> Cooperativa de ahorro y crédito <input type="checkbox"/> Crédito informal <input type="checkbox"/>
12. ¿Ha asistido a talleres sobre emprendimiento de programas gubernamentales?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
12.1 Si su respuesta es sí mencione ¿cuántos?	<input type="text"/>

1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted? (marque con una x): se refiere a la edad en la que se encuentra el encuestado.

2. ¿Cuál es el nivel máximo de educación? (marque con una x): Es el nivel de educación que ha tenido el encuestado

- Primaria. - Consiste en tener aprobado hasta séptimo grado.
- Secundaria. - Considera a estudios aprobados hasta tercer año de bachillerato.
- Superior con Título. - Se considera a las personas que culminaron los estudios en una universidad.
- Superior sin Título. - Se considera a las personas que iniciaron sus estudios en una universidad y que por motivos ajenos abandonaron la carrera.
- Posgrado Especialización. - Que la persona que obtuvo un título universitario este realizando una especialización en un área específica de su carrera.
- Posgrado Maestría. - Que continúe sus estudios dentro o fuera del país en base a la

carrera obtenida en la universidad o afines a sus intereses.

- Posgrado Doctorado. - el Doctorado es el próximo paso en la adquisición de conocimiento en tu área de estudio. Durante el Doctorado, podrás consolidar e intensificar tu proceso de aprendizaje para convertirte en un investigador. La duración del programa es de tres a cuatro años.

3. ¿Cuál es su género? (marque con una x) Es el género de identificación del encuestado.

- Masculino. - Hombre
- Femenino. - Mujer
- LGTBI. - Lesbianas, Gais, Bisexuales y Transexuales. En sentido estricto agrupa a las personas con las orientaciones sexuales e identidades de género relativas a esas cuatro palabras

4. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado su emprendimiento? Registrar el número en meses del tiempo que se encuentra en el mercado el emprendimiento.

5. Considerando que las potencialidades son todos aquellos recursos en su sentido más amplio, que existen en una zona determinada, pero que no están siendo utilizados plenamente, para la generación actual o futura de ingresos que sean capaces de dinamizar las economías donde están localizadas y mejorar los niveles de desarrollo humano sostenible de las poblaciones en donde se encuentran dichos recursos. Usted diría que las potencialidades de este cantón se enfocan (marque con una x) Marque la opción según el criterio del encuestado.

- Recursos Naturales. - Se considera como recursos naturales; agua, suelos; ganados, minerales.
- Infraestructura Económica. - hace referencia a lo Los programas y proyectos de infraestructura económica como son: red vial asfaltada, red vial adoquinada, inversiones ejecutada por el gobierno central (Presidencia), inversión ejecutada por gobierno locales (GAD Municipal y GAD Provincial), hospedaje turístico categorizado, población con energía eléctrica, empresas constituidas por uno a cuatro personas ocupadas).
- Capital Financiero. - Constituye lo que son las oficinas de la banca comercial, las oficinas de cooperativas de ahorro y crédito y oficinas de las cajas de crédito rural.
- Capital Social – Cultural. - se enfoca en lo que son los comedores públicos, los comedores y restaurantes, los productores agropecuarios, las afiliaciones de productores agropecuarios a una organización productiva y los recursos turísticos

culturales.

6. ¿Su emprendimiento está en relación a alguna de las siguientes potencialidades del cantón? (marque con una x) Marque la opción según el criterio del encuestado

- Recursos Naturales. - Se considera como recursos naturales; agua, suelos; ganados, minerales.
- Infraestructura Económica. - hace referencia a lo Los programas y proyectos de infraestructura económica como son: red vial asfaltada, red vial adoquinada, inversiones ejecutada por el gobierno central (Presidencia), inversión ejecutada por gobierno locales (GAD Municipal y GAD Provincial), hospedaje turístico categorizado, población con energía eléctrica, empresas constituidas por uno a cuatro personas ocupadas).
- Capital Financiero. - Constituye lo que son las oficinas de la banca comercial, las oficinas de cooperativas de ahorro y crédito y oficinas de las cajas de crédito rural.
- Capital Social – Cultural. - se enfoca en lo que son los comedores públicos, los comedores y restaurantes, los productores agropecuarios, las afiliaciones de productores agropecuarios a una organización productiva y los recursos turísticos culturales.

7. ¿Cuál es el valor total mensual, en dólares, de sus egresos? Registrar el número del valor en dólares de los egresos mensualmente generado por su emprendimiento.

8. De la siguiente lista, indique los tres principales rubros que le generan egresos (marque con una x) Marque la opción según el criterio del encuestado

- Servicios Básicos. - Agua, Luz, Teléfono
- Alimentación. - Comida dentro y fuera del hogar si fuera el caso
- Educación. - Pago de pensiones o cuotas en la educación de los miembros del hogar
- Infraestructura. - Remodelación del local donde se encuentra el emprendimiento
- Vestimenta. - el dinero destinado a la vestimenta de todos los miembros del hogar
- Transporte o combustible. - Si fuera el caso de trasladar los productos o los costos de pasaje de traslado de un lugar a otro.
- Impuesto. - Pago del impuesto generado por el emprendimiento
- Mercadería. Compra de productos
- Pago a proveedores. - Valor destinado al pago de deudas con terceros

9. ¿Cuál es el valor en dólares del ingreso mensual generado por su emprendimiento?

Registrar el número del valor de los ingresos mensualmente.

10. Los ingresos generados por el emprendimiento cubren sus egresos en (marque con una x) Marque la opción según el criterio del encuestado

11. ¿Cómo obtuvo el financiamiento para emprender? (marque con una x)

- Ahorro familiar. - Dinero obtenido a través de ayuda familiar
- Cajas de ahorro. - Institución financiera
- Bancos. - A través de solicitud de créditos
- Cooperativas de Ahorro y crédito. - Prestamos según la tasa de interés
- Crédito Informal. - Dinero solicitado a personas terceras con alto interés de pago más conocido como el chulco.

12. ¿Ha asistido a talleres sobre emprendimiento de programas gubernamentales? (marque con una x) Marque la opción según el criterio del encuestado

- Sí. - Afirmativo
- No. - Negativo

12.1. Si su respuesta es sí mencione ¿cuántos? Registrar el número de talleres de emprendimiento de programas gubernamentales a los que ha asistido el encuestado.

BLOQUE II – GIRO DEL NEGOCIO

GIRO DEL NEGOCIO	
13. ¿Cuál es el giro de su negocio?	
Manufactura <input type="checkbox"/>	Reparación de vehículos <input type="checkbox"/>
Construcción <input type="checkbox"/>	Venta de carne <input type="checkbox"/>
Venta de insumos agrícolas y ganaderos <input type="checkbox"/>	Venta al por menor de alimentos procesados, bebidas preparadas <input type="checkbox"/>
Venta de derivados de leche <input type="checkbox"/>	Panadería <input type="checkbox"/>
Corte y confección <input type="checkbox"/>	Información y telecomunicaciones <input type="checkbox"/>
Actividades profesionales, científicas y técnicas <input type="checkbox"/>	Distribuidor de alimentos, bebidas <input type="checkbox"/>
Agricultura, ganadería <input type="checkbox"/>	Venta de materiales para construcción <input type="checkbox"/>
Venta de repuestos de vehículo <input type="checkbox"/>	Venta al por menor de víveres <input type="checkbox"/>
Servicios administrativos y de apoyo <input type="checkbox"/>	Actividades de alojamiento <input type="checkbox"/>
Actividades de turismo <input type="checkbox"/>	Actividades de diversión <input type="checkbox"/>
Venta artículos de bazar y papelería <input type="checkbox"/>	

13. ¿Cuál es el giro de su negocio? Seleccione el giro del negocio q exprese el emprendedor.

BLOQUE III - MOTIVACIÓN

Este bloque trata de obtener información sobre la motivación para emprender del encuestado. Para un mejor manejo de la información se recomienda poner una X en la opción que corresponda.

MOTIVACION									
14. ¿Por qué se motivó a emprender?									
Por oportunidad	<input type="checkbox"/>	Por necesidad	<input type="checkbox"/>	Motivación mixta	<input type="checkbox"/>	Por tradición	<input type="checkbox"/>	Por costumbre	<input type="checkbox"/>

14. ¿Por qué se motivó a emprender? (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Por oportunidad. - aquellos emprendedores motivados por una oportunidad de mejorar su nivel de ingreso.
- Por necesidad. - aquellos emprendedores iniciaron su negocio por no tener mejores alternativas laborales
- Motivación mixta. - emprendedores motivados por una oportunidad de mejorar sus ingresos y decidieron iniciar su negocio por no tener mejores alternativas laborales.
- Por tradición. - aquel emprendedor que en su familia ha experimentado crear negocios y desea conservar esa práctica de generación en generación dado que esta cimentado en sus raíces socio- culturales.
- Por costumbre. - el emprendedor que en su entorno lleva a cabo la creación de negocios dada la frecuencia de creación de su ambiente siendo un hábito individual o familiar.

BLOQUE IV – ETAPA DE DESARROLLO

Este bloque trata de obtener información sobre la etapa de desarrollo del emprendimiento desde el inicio hasta la actualidad. Para un mejor manejo de la información se recomienda poner una X en la opción que corresponda.

ETAPA DE DESARROLLO															
Segun la etapa de desarrollo de su emprendimiento responda como inicio y cual ha sido la evolución hasta la fecha.															
15. ¿Número de trabajadores en etapa inicial?					16. ¿Número de trabajadores etapa actual?										
1 - 3	<input type="checkbox"/>	4 - 6	<input type="checkbox"/>	7 - 9	<input type="checkbox"/>	10 a más	<input type="checkbox"/>	1 - 3	<input type="checkbox"/>	4 - 6	<input type="checkbox"/>	7 - 9	<input type="checkbox"/>	10 a más	<input type="checkbox"/>
17. ¿Cuál fue el Registro legal en la etapa inicial?					18. ¿Cuál es el Registro legal en la etapa actual?										
Ninguno	<input type="checkbox"/>	Patente	<input type="checkbox"/>	RISE	<input type="checkbox"/>	RUC	<input type="checkbox"/>	Ninguno	<input type="checkbox"/>	Patente	<input type="checkbox"/>	RISE	<input type="checkbox"/>	RUC	<input type="checkbox"/>

15. ¿Número de trabajadores en etapa inicial?: Registrar el número de trabajadores que indique el encuestado

16. ¿Número de trabajadores etapa actual?: Registrar el número de trabajadores que indique el encuestado

17. ¿Cuál fue el Registro legal en la etapa inicial? (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Ninguno. - la persona que no ha adquirido ningún tipo de registro legal para llevar a cabo su emprendimiento
- Patente. -el emprendedor que ha registrado su actividad en el GAD municipal
- RISE. - emprendedor que ha registrado su actividad en el SRI y que sus ingresos son inmutables y no superan los valores establecidos en la tabla correspondiente para pagar una tasa de impuesto fija.
- RUC. - emprendedor que ha registrado su actividad en el SRI y que sus ingresos son altos y variables, superan los valores establecidos en la tabla correspondiente para pagar una tasa de impuesto.

18. ¿Cuál es el Registro legal en la etapa actual? (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Ninguno. - la persona que no ha adquirido ningún tipo de registro legal para llevar a cabo su emprendimiento
- Patente. -el emprendedor que ha registrado su actividad en el GAD municipal
- RISE. - emprendedor que ha registrado su actividad en el SRI y que sus ingresos son inmutables y no superan los valores establecidos en la tabla correspondiente para pagar una tasa de impuesto fija.
- RUC. - emprendedor que ha registrado su actividad en el SRI y que sus ingresos son altos y variables, superan los valores establecidos en la tabla correspondiente para pagar una tasa de impuesto.

BLOQUE V – COMPETITIVIDAD DEL NEGOCIO

Este bloque trata de obtener información sobre la competitividad del negocio desde el inicio hasta la actualidad. Para un mejor manejo de la información se recomienda poner una X en la opción que corresponda.

COMPETITIVIDAD DEL NEGOCIO

De acuerdo a la competitividad de su emprendimiento responda como inicio y cual ha sido la evolucion hasta la fecha.

19. ¿Cuál fue en dólares la Inversión tecnológica (maquinaria, equipos de cómputo, etc.) en la etapa inicial del emprendimiento?

Valor \$:

21. En la etapa inicial su producto o servicio se consideró nuevo

Sí No

23. ¿En la etapa inicial cuál es su principal competidor?

25. ¿En la etapa inicial considero usted que el en el que se encuentra es atractivo?

Sí No

27. ¿Cómo considero la competitividad en la Etapa inicial?

Mucha Poca Ninguna

20. ¿Cuál es en dólares la Inversión tecnológica (maquinaria, equipos de cómputo, etc.) en la etapa actual del emprendimiento?

Valor \$:

22. En la etapa actual su producto o servicio se se considera nuevo

Sí No

24. ¿En la etapa actual cuál es su principal Competidor?

26. ¿En la etapa actual considera usted que el sector sector en el que se encuentra era atractivo?

Sí No

28. ¿Cómo considera la competitividad en la etapa actual?

Mucha Poca Ninguna

19. ¿Cuál fue en dólares la Inversión tecnológica (maquinaria, equipos de cómputo, etc.) en la etapa inicial del emprendimiento?: Registrar el número (valor) de la inversión tecnológica según exprese el encuestado.

20. ¿Cuál es en dólares la Inversión tecnológica (maquinaria, equipos de cómputo, etc.) en la etapa actual del emprendimiento?: Registrar el número (valor) de la inversión tecnológica según exprese el encuestado.

21. En la etapa inicial su producto o servicio se consideró nuevo (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Sí. - respuesta Afirmativa
- No. - respuesta Negativa

22. En la etapa actual su producto o servicio se considera nuevo (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Sí. - respuesta Afirmativa
- No. - respuesta Negativa

23. ¿En la etapa inicial cuál es su principal competidor?: Registrar el principal competidor que indique el encuestado.

24. ¿En la etapa actual cuál es su principal competidor? Registrar el principal competidor que indique el encuestado.

25. ¿En la etapa inicial consideró usted que el sector en el que se encuentra era atractivo? (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Sí. - respuesta Afirmativa
- No. - respuesta Negativa

26. ¿En la etapa actual considera usted que el sector en el que se encuentra es atractivo? (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Sí. - respuesta Afirmativa

- No. - respuesta Negativa

27. ¿Cómo consideró la competitividad en la etapa inicial? (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Mucha. - cuando en el mercado existen una cantidad numerosa de empresas o negocios que se tienen la misma actividad económica que el encuestado
- Poca. - cuando en el mercado existen una cantidad pequeña de empresas o negocios que se tienen la misma actividad económica que el encuestado
- Ninguna. - cuando en el mercado no existen empresas o negocios que se tenga la misma actividad económica que el encuestado

28. ¿Cómo considera la competitividad en la etapa actual? (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Mucha. - cuando en el mercado existen una cantidad numerosa de empresas o negocios que se tienen la misma actividad económica que el encuestado
- Poca. - cuando en el mercado existen una cantidad pequeña de empresas o negocios que se tienen la misma actividad económica que el encuestado
- Ninguna. - cuando en el mercado no existen empresas o negocios que se tenga la misma actividad económica que el encuestado

BLOQUE VI – CONTEXTO Y CONDICIÓN

Este bloque trata de obtener información sobre el contexto y condición del negocio desde el inicio hasta la actualidad. Para un mejor manejo de la información se recomienda poner una X en la opción que corresponda.

CONTEXTO Y CONDICIÓN	
Según el contexto y condición de su emprendimiento responda como inicio y cuál ha sido la evolución hasta la fecha.	
29. ¿Cuál fue el valor en dólares de la deuda, en la etapa inicial? Valor \$: <input type="text"/>	30. ¿Cuál es el valor en dólares de la deuda en la etapa actual? Valor \$: <input type="text"/>
31. ¿En la etapa inicial conoció políticas gubernamentales que apoyen a su emprendimiento? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	32. ¿En la etapa actual conoce políticas gubernamentales que apoyen a su emprendimiento? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
31.1. Si su respuesta es sí mencione ¿cuál? <input type="text"/>	32.1. Si su respuesta es sí mencione ¿cuál? <input type="text"/>
33. En la etapa inicial su local fue: Propio <input type="checkbox"/> Arrendado <input type="checkbox"/>	34. En la etapa actual su local es: Propio <input type="checkbox"/> Arrendado <input type="checkbox"/>
Si su respuesta es arrendado pase a la pregunta 40.	
35. ¿Cuál ha sido la inversión en infraestructura en la etapa inicial? Valor \$: <input type="text"/>	36. ¿Cuál ha sido la inversión en infraestructura en la etapa final? Valor \$: <input type="text"/>
37. ¿Ha accedido a créditos para realizar dicha inversión en la etapa inicial? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	38. ¿Ha accedido a créditos para realizar dicha inversión en la etapa final? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
37.1. Si su respuesta es sí indique en qué institución? <input type="text"/>	38.1. Si su respuesta es sí en qué institución? <input type="text"/>
39. ¿Ha realizado investigación de mercados para emprender?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
40. ¿Recomendaría realizar investigación de mercados para emprender?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

29. ¿Cuál fue el valor en dólares de la deuda, en la etapa inicial?: Registrar el número (valor)

de la deuda según exprese el encuestado.

30. ¿Cuál fue el valor en dólares de la deuda, en la etapa actual?: Registrar el número (valor) de la deuda según exprese el encuestado.

31. ¿En la etapa inicial conoció políticas gubernamentales que apoyen a su emprendimiento? (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Sí. - respuesta Afirmativa
- No. - respuesta Negativa

31.1. Si su respuesta es sí mencione ¿cuál?: Registrar la política que manifieste el encuestado.

32. ¿En la etapa actual conoce políticas gubernamentales que apoyen a su emprendimiento? (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Sí. - respuesta Afirmativa
- No. - respuesta Negativa

32.1. Si su respuesta es sí mencione ¿cuál? Registrar la política que manifieste el encuestado.

33. En la etapa inicial su local fue (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Propio. - cuando el emprendedor es dueño propietario del local en el que se realiza la actividad económica.
- Arrendado. - cuando el emprendedor adquiere el de derecho para usar un local en el que se realiza la actividad económica a cambio del pago de un canon o remuneración.

34. En la etapa actual su local es (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Propio. - cuando el emprendedor es dueño propietario del local en el que se realiza la actividad económica.
- Arrendado. - cuando el emprendedor adquiere el de derecho para usar un local en el que se realiza la actividad económica a cambio del pago de un canon o remuneración.

35. ¿Cuál ha sido la inversión en infraestructura en la etapa inicial?: Registrar el número (valor) que manifieste el encuestado.

36. ¿Cuál ha sido la inversión en infraestructura en la etapa actual?: Registrar el número (valor) que manifieste el encuestado.

37. ¿Ha accedido a créditos para realizar dicha inversión en la etapa inicial? (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Sí. - respuesta Afirmativa
- No. - respuesta Negativa

37.1. ¿Si su respuesta es sí indique en qué institución?

38. ¿Ha accedido a créditos para realizar dicha inversión en la etapa actual? (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Sí. - respuesta Afirmativa
- No. - respuesta Negativa

38.1 ¿Si su respuesta es sí indique en qué institución?

39. ¿Ha realizado investigación de mercados para emprender? (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Sí. - respuesta Afirmativa
- No. - respuesta Negativa

40. ¿Recomendaría realizaría investigación de mercados para emprender? (marque con una x): marque la opción según el criterio del encuestado

- Sí. - respuesta Afirmativa
- No. - respuesta Negativa

7.4. Anexo 4. Base emprendedores Cantón San Pedro de Huaca.

PATENTES ACTUALIZADAS 2015-2016 HUACA

Nº	Razón social	Actividad económica	Dirección
1	Abanorte Cía. Ltda.	Abastos	Sector sur
2	Acosta Villota Franco Alirio	Servicio de vulcanización	Sector sur
3	Aguilar Gualavisi Clara Elisa	Cabinas telefónicas	Sector centro
4	Aguilar Trejo Nuvia Esperanza	Papelería	Sector centro
5	Aguilar Villarreal Janneth Ximena	Tienda de víveres	Sector norte
6	Alcocer Palacios Gloria Leonila	Tienda de víveres	Sector sur
7	Alcocer Palacios Gloria Leonila	Centro de computo	Sector sur
8	Aldas Ortiz Norma Limbaña	Abastos	Sector sur
9	Almeida Herrera Edison German	Venta al por mayor y menor de artículos de bazar	Sector centro
10	Andrade Mejía Blanca Cecilia	Venta al por menor de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes	Sector sur
11	Andrade Morillo Pedro Segundo	Mantenimiento y reparación, instalación, cambio de neumáticos, vulcanización	Sector sur
12	Andrade Rosero Janneth Gardenia	Tienda de víveres	Sector sur
13	Andrade Valles María Elena	Tienda de víveres	Sector norte
14	Andrade Yandún Aida Cecilia	Tienda de víveres	Sector sur
15	Arciniegas Martínez Polivio Hernando	Taller reparación de motos	Sector norte
16	Arciniegas Paillacho Diana Yomaira	Centro de belleza	Sector sur
17	Arteaga Castillo Zoila Rudi	Distribuidor de gas	Sector norte
18	Ascuntar Hurtado Marcela Duri	Venta al por menor de carne de pollo	Sector norte
19	Asociación De Productores Agropecuarios San José De Huaca	Actividades agrícolas y ganaderas	Sector norte
20	Auz López Edith Marcela	Tienda de víveres	Sector norte
21	Ayala Montenegro Lidia Alexandra	Tienda de víveres	Sector norte
22	Ayala Villarreal José Rodolfo	Actividades realizadas en billares	Sector norte
23	Bautista Yaselga José Segundo	Elaboración de juegos pirotécnicos	Sector centro
24	Becerra Vizcaíno Digna Emérita	Venta al por menor de alimentos en tiendas de abarrotes.	Sector norte
25	Becerra Vizcaíno Digna Emérita	Abastos	Sector norte
26	Benavides Guerrero Olga Alicia	Tienda de víveres	Sector sur
27	Benavides Tobar Marlene Del Pilar	Venta al por menor de carne	Sector norte
28	Bernal Vallejo Martha Cecilia	Alquiler a corto y largo plazo de equipo de informática.	Sector norte
29	Bolaños Yar Leandro Fidel	Centro de computo	Sector centro
30	Cabrera Chapi Manuel Mesías	Centro de computo	Sector sur
31	Cadena Ortiz María Fanny	Tienda de víveres	Sector sur
32	Calpa Cuatin Rosa Elvira	Centro de computo	Sector centro
33	Camues Estrada María Inés	Papelería	Sector centro
34	Carapaz Ayala Ana Maritza	Venta al por de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes	Sector norte
35	Carapaz Carapaz José Gilberto	Aserradero	Sector norte
36	Carapaz Carapaz José Miguel	Venta al por menor de carne.	Sector centro
37	Carapaz Paucar Nelly María	Tienda de víveres	Sector norte
38	Carapaz Paucar Nelly María	Bazar	Sector norte
39	Cárdenas Benítez Ana Julia	Venta de comidas y bebidas en comedores populares, para su consumo inmediato.	Sector centro

40	Cárdenas Benítez Lucia Marlene	Venta al por menor especializada de artículos de ferretería	Sector centro
41	Carrillo Josefina Marina	Botiquín san francisco	Sector sur
42	Carvajal López Elina Guadalupe	Alquiler de computadoras	Sector sur
43	Castillo Melo Elina Ercilla	Abastos	Sector norte
44	Castillo Palacios Edison Fernando	Centro de computo	Sector norte
45	Castro José Ramiro	Venta de comidas y bebidas en picanterías	Sector centro
46	Castro Reyes Graciela Nora	Elaboración de pan	Sector norte
47	Castro Sánchez Edwin Ramiro	Venta de cd	Sector centro
48	Ceaces Calpa Luis Vladimir	Centro de computo	Sector centro
49	Chamorro Andrade Tatiana Fernanda	Centro de belleza	Sector centro
50	Chamorro Cuaces Rosa Emperatriz	Picantería	Sector centro
51	Chamorro Muñoz Graciela Candida	Venta al por menor de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes.	Sector sur
52	Chamorro Paillacho Clara Luz	Venta al por menor de bebidas alcohólicas	Sector sur
53	Chamorro Villarreal Rene Alejandro	Tienda de víveres	Sector sur
54	Chamorro Vizcaíno Andrea Janneth	Venta de comidas y bebidas en picanterías para su consumo inmediato	Sector sur
55	Chapi Bolívar Oswaldo	Centro de computo Pajablanca	Sector sur
56	Chaspuengal Irua Teresa De Jesús	Centro de computo	Sector centro
57	Chaspuengal Irua Teresa De Jesús	Floristeria teresita	Sector centro
58	Colimba Anrango Ximena Alexandra	Centro de belleza	Sector centro
59	Collaguazo Segovia Danny Rafael	Alquiler a corto y largo plazo de equipo de informática	Sector norte
60	Compañía De Transporte De Carga 2 De Febrero S.A.	Transporte de carga pesada	Sector sur
61	Comunicación Y Cultura Comculcia Ltda.	Transmisión de sonido, imágenes, datos u otro tipo de información por estaciones de difusión y retransmisión	Sector norte
62	Cooperativa Ahorro y Crédito San Gabriel Ltda.	Servicios cooperativos	Sector centro
63	Cooperativa Ahorro y Crédito Tulcán Ltda.	Servicios cooperativos	Sector centro
64	Cuaces Calpa María Carmen	Tienda de víveres	Sector sur
65	Cuasapaz Chapi Rosa Inelda	Tienda de víveres	Sector norte
66	Cuaspa Cuatimpaz Julio Cesar	Venta al por menor de bebidas alcohólicas	Sector sur
67	Cuaspuud Tarapues Vito Omar	Venta al por mayor y menor de productos lácteos	Sector sur
68	Cuasquer Endara Blanca Hilda	Venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas	Sector centro
69	Cuasquer Erita Juan Florencio	Preparación de hornada	Sector norte
70	Cuasquer Fuel Laura Elisa	Taller de corte y confección	Sector centro
71	Cuasquer Querembas Aquiles Edelberto	Venta de bebidas, cerveza y tragos en bares	Sector norte
72	Cuasquer Querembas Miguel Ángel	Almacén veterinario	Sector centro
73	Cuasquer Vallejos Yolanda Noemí	Venta al por menor de carne	Sector norte
74	Delgado Moreno Diana Lorena	Tienda de víveres	Sector sur
75	Electrocordoba S.A.	Generación de energía eléctrica	Sector sur
76	Encalada Serrano Luis Leonardo	Picantería	Sector sur
77	Enríquez Aguilar Laura Elisa	Venta de artículos de papelería	Sector norte
78	Ep Petroecuador	Estación de servicio	Sector sur

79	Erazo Pizanan Diana Fernanda	Venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas	Sector sur
80	Escudero Agudelo María Oneida	Venta al por menor de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes.	Sector norte
81	Escudero Agudelo María Senaida	Abastos	Sector centro
82	Estrada Masmuta María Del Socorro	Picantería	Sector centro
83	Estrada Pazmiño Isaías Enrique	Venta de verduras y frutas	Sector centro
84	Fraga Tipaz Paola Fernanda	Producción de leche cruda de vaca	Sector norte
85	Frías Luna Segundo Alonso	Actividades de entretenimiento	Sector norte
86	Fuentes Revelo Armando Enrique	Venta al por menor de gas en bombonas	Sector norte
87	Fuertes Martínez Rosalba Margoth	Venta al por mayor y menor de frutas.	Sector norte
88	Gaón Chingal Guillermo Remberto	Servicio de transporte	Sector sur
89	Gaón Chingal José Libardo	Otros	Sector sur
90	Gaón Paillacho Fernando Santiago	Producción de leche	Sector sur
91	García Narváez Jacqueline De Las Mercedes	Distribuidor de gas	Sector norte
92	García Rosero Lilian Verónica	Venta al por mayor de bebidas alcohólicas	Sector centro
93	Guama María Esthela	Tienda de víveres	Sector norte
94	Guerra Guevara Ana Fabiola	Almacén de ropa	Sector centro
95	Guerrero Pusda Jaime Oswaldo	Tienda de víveres	Sector norte
96	Guevara Aura Alicia	Tienda de víveres	Sector sur
97	Guevara Bustos Doris Yovanny	Cabinas telefónicas	Sector sur
98	Guevara Bustos Maritza Del Roció	Tienda de víveres	Sector centro
99	Guevara Delgado María Guadalupe	Almacén de calzado	Sector sur
100	Guevara González Edith Marina	Venta al por menor de bebidas alcohólicas	Sector centro
101	Guevara Landázuri Daniela Yolanda	Tienda de víveres	Sector sur
102	Guevara Landázuri José Raúl	Asadero punto azul	Sector centro
103	Guevara Pozo Dolores Rosario	Bazar y papelería	Sector centro
104	Guiz Rodríguez Sonia Mercedes	Venta al por menor de carne	Sector norte
105	Hernández Erazo Elsa Lucia	Tienda de víveres	Sector sur
106	Hernández Vizcaíno Fanny Martha	Venta al por menor de alimentos en tiendas de abarrotes	Sector norte
107	Hernández Vizcaíno Gloria Yaniva	Venta de comidas en restaurantes para su consumo inmediato.	Sector norte
108	Herrera Mero Mario Luis	Picantería	Sector centro
109	Higuera Vallejo Narciza Inés	Mini ferretería	Sector centro
110	Huaca Chiles Elvia Marina	Restaurante	Sector sur
111	Huera Burbano Marco Fidel	Venta al por menor de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes.	Sector sur
112	Huera Enríquez Katerine Gisela	Venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas	Sector sur
113	Huera Getial Lizandro Renan	Actividades de preparación y servicio de bebidas para su consumo inmediato en discotecas	Sector norte
114	Huera Soto Nancy Cordula	Cafetería	Sector centro
115	Huera Zambrano Aracelly Valeria	Venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas	Sector centro
116	Irua Higuera Vanessa Liseth	Ferretería	Sector centro
117	Irua Peña Janneth Verónica	Venta al por menor de accesorios de vehículos automotores.	Sector sur
118	Irua Peña Janneth Verónica	Cafetería	Sector sur
119	Landázuri Chamorro Esthela Yolanda	Venta de comidas y bebidas en restaurantes para su consumo inmediato	Sector centro

120	López Chinguid Wilson Armando	Elaboración de lapidas	Sector sur
121	Maigua Yaselga Jairo Fernando	Almacén de repuestos	Sector norte
122	Maigua Yaselga Luis Enrique	Reparación de vehículos automotores	Sector norte
123	Martínez María Ana	Lavadora y mantenimiento de vehículos automotores	Sector sur
124	Maya Márquez Bayardo	Elaboración de productos de panadería	Sector sur
125	Mejía Reascos Alfonso Edelberto	Mini ferretería	Sector norte
126	Mendoza Reascos Carmen Narciza	Elaboración de pan	Sector norte
127	Mendoza Reascos Rosa Amada	Venta de verduras	Sector sur
128	Molinos San Luis Cía. Ltda.	Producción de harina de trigo	Sector sur
129	Montalvo Hurtado Irma Alicia	Tienda de lanas	Sector centro
130	Montalvo Pozo Nubia Cristiana	Tienda de viveres	Sector centro
131	Mora Quiroz Olga Yolanda	Alquiler a corto y largo plazo de equipo de informática	Sector norte
132	Mora Revelo Daniel Mauricio	Reparación de vehículos automotores	Sector norte
133	Morales Rincones Irma Cecilia	Venta al por menor de confitería y bebidas alcohólicas licoreras	Sector centro
134	Moreno Gualmatan Aura Carmen	Venta de verduras, frutas y pollo	Sector centro
135	Moreno Gualmatan Luis Gabriel	Mecánica	Sector sur
136	Moreno Gualmatan Ruth Yolanda	Picantería	Sector centro
137	Moreno Huacas Flor Alba	Centro de belleza	Sector centro
138	Moreno Pozo Laura Teresa	Venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas	Sector norte
139	Muñoz Cadena Mario Andrés	Venta de leche	Sector norte
140	Muñoz Restrepo Yulie	Venta ambulante	Sector centro
141	Naranjo Toro Segundo Manuel	Bar	Sector centro
142	Narváez Meneses Diana Marlene	Ciber papelería dianita	Sector centro
143	Noguera Charial Carmen Elizabeth	Tienda de víveres	Sector norte
144	Ordoñez Montenegro Betty Germania	Venta al por menor de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes.	Sector sur
145	Ortega Arroyo María Inés	Tienda de víveres	Sector norte
146	Osejo Pozo Carlos Aníbal	Viveres y papelería victoria	Sector sur
147	Paillacho Delgado Mery Iralda	Venta al por menor de alimentos en micro mercados	Sector centro
148	Paillacho Guerra Clara Elisa	Servicios de venta de comidas y bebidas preparadas	Sector centro
149	Paillacho Guerra José Alberto	Tienda de víveres	Sector centro
150	Palacios Reyes Wasternon Ramiro	Restaurante	Sector centro
151	Palma Palma Yolanda Del Carmen	Actividades de lavado, corte y peinado del cabello.	Sector centro
152	Palma Valenzuela Olga Mary	Taller de corte y confección	Sector norte
153	Paredes Dolores Narciza	Producción de derivados lácteos	Sector centro
154	Paspuel Cadena Adriana Del Roció	Cabinas telefónicas	Sector sur
155	Paspuel Martínez Blanca Rosalba	Venta de abonos y fungicidas	Sector norte
156	Paspuel Martínez María Isabel	Venta al por menor de prendas de vestir	Sector centro
157	Paspuel Martínez María Luz	Bazar	Sector centro
158	Paspuel Mendoza Tania Elizabeth	Venta de comidas y bebidas en comedores populares	Sector sur
159	Paspuel Portilla Byron Alejandro	Actividades de preparación y servicio de bebidas para su consumo inmediato	Sector norte
160	Paspuel Villarreal Mariana De Jesús	Taller de corte y confección	Sector sur
161	Patiño Acosta Milton Alirio	Bazar y papelería	Sector sur
162	Patiño Acosta Nelly Fanny	Venta al por menor de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes	Sector sur
163	Patiño González Oswaldo German	Distribuidor de gas	Sector sur

164	Patiño Guerron Silvana	Tienda de víveres	Sector sur
165	Pérez Guevara Wilson Edmundo	Papelería	Sector sur
166	Pérez Villota Blanca Nieves	Abastos	Sector norte
167	Portilla Erazo Rosa Yolanda	Tienda de víveres	Sector centro
168	Portilla Martínez Manuel Ramiro	Elaboración de juegos pirotécnicos	Sector norte
169	Portilla Martínez Segundo Arnulfo	Elaboración de juegos pirotécnicos	Sector norte
170	Portilla Obando Elvia Germania	Abastos	Sector centro
171	Portilla Obando Laura Cecilia	Productos ganaderos	Sector sur
172	Pozo Castro Lorena Alexandra	Abastos	Sector centro
173	Pozo Enríquez Susana Del Carmen	Bazar y papelería	Sector norte
174	Pozo Enríquez Yolanda Mercedes	Fabricación de uniformes.	Sector norte
175	Pozo Moreta Karla Cristina	Productos ganaderos	Sector centro
176	Pozo Paspuel Samira Elizabeth	Venta al por menor de artículos de bazar en general.	Sector centro
177	Prado Hernández Jesús Alberto	Panadería	Sector centro
178	Prado Palma Adriana Teresa	Alquiler a corto y largo plazo de computadoras	Sector norte
179	Prado Santacruz Wilmer Oswaldo	Venta al por mayor y menor de plaguicidas	Sector norte
180	Quelal Pantoja Gloria Inés	Actividades de tipo servicio	Sector sur
181	Quiroz Chilama María Magdalena	Tienda de abarrotes	Sector centro
182	Realpe Villota Fernanda Marisela	Abastos	Sector centro
183	Reascos Mejía Elisa Marlene	Papelería	Sector centro
184	Revelo Arciniega Soraya Magali	Quesera	Sector sur
185	Revelo Chagueza Flor Alba	Tienda	Sector sur
186	Revelo Chamorro Marlene Cecilia	Tienda de víveres	Sector sur
187	Reyes Pozo María Transito	Venta de comidas y bebidas preparadas.	Sector centro
188	Rodríguez Ponce Clara Elisa	Actividades de lavado, corte, recorte , peinado	Sector sur
189	Rosero Guerrero Segundo Mauricio	Abastos	Sector centro
190	Rosero Guiz Ricardo Andrés	Panadería y pastelería	Sector centro
191	Rueda Andrade Carolina Alexandra	Panadería y pastelería	Sector norte
192	Rueda Escobar Magdalena Isabel	Preparación de hornado	Sector norte
193	Rueda Paucar Robiro Saul	Panadería	Sector norte
194	Rueda Paucar Rosa Esthela	Tienda de abarrotes	Sector norte
195	Rueda Revelo Edgar Ancelmo	Tienda de abarrotes	Sector norte
196	Rueda Revelo José Vicente	Tienda de víveres	Sector norte
197	Ruiz Enríquez Diana Del Consuelo	Venta de comidas y bebidas en picanterías para su consumo inmediato	Sector norte
198	Salazar Suarez Socorro	Venta al por menor de otros productos alimenticios.	Sector centro
199	Salazar Villarreal María Emperatriz	Venta de víveres	Sector sur
200	Sánchez Cabrera Amparo Mireya	Bazar	Sector sur
201	Santillán Amaguaña María Virginia	Tercena	Sector centro
202	Sarmiento Enríquez Sandra Ximena	Farmacia	Sector centro
203	Sarmiento Enríquez Sandra Ximena	Bazar	Sector centro
204	Sarmiento Pérez Amílcar Lizandro	Venta de comidas y bebidas en restaurantes para su consumo inmediato	Sector norte
205	Siceitransport Servicios De Comercio Exterior Y Transporte Cía. Ltda.	Transporte de carga pesada	Sector sur
206	Sociedad Agrícola Córdoba S. A.	Producción de leche	Sector sur

207	Soluciones Agropecuarias del Carchi Soluagrocarchi	Venta al por menor y mayor de insumos agrícolas	Sector sur
208	Soto Andrade Fanny Lucia	Elaboración de pan	Sector centro
209	Tarapuez Viteri Fernando Alirio	Producción de leche	Sector norte
210	Tatés Chingal Laura Isabel	Venta al por menor de alimentos y bebidas en tiendas	Sector centro
211	Tatés Jiménez Juan Lee	Centro de computo	Sector centro
212	Tipaz Fraga Jessica Fernanda	Venta al por mayor de leche	Sector sur
213	Tobar Martínez Flor Del Roció	Elaboración de quesos	Sector sur
214	Toro Iguad Ruth Isabel	Venta al por menor de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes	Sector norte
215	Transdelnorte S.A.	Transporte de carga liviana	Sector centro
216	Transpurita S.A. Transportadora De Personas Y Bienes	Actividades de transporte de pasajeros y carga.	Sector norte
217	Urbanística Cía. Ltda.	Actividades de ingeniería civil	Sector sur
218	Urresta Enríquez Alexandra Elizabeth	Producción de leche cruda.	Sector sur
219	Vaca Cárdenas Fanny Esperanza	Venta de comidas y bebidas en picanterías para su consumo inmediato.	Sector centro
220	Vallejo Gemma Miriam	Billares.	Sector norte
221	Velasco Cuasquer Sandra Magali	Actividades de consulta y tratamiento por odontólogos	Sector norte
222	Villarreal Enríquez Mónica Xiomara	Venta al por menor de productos farmacéuticos	Sector norte
223	Villarreal Enríquez Tania Aracelly	Cabinas telefónica	Sector norte
224	Villota Cumbal Nelly Del Carmen	Tienda de víveres	Sector norte
225	Villota Imbaquingo Danilo Fabián	Venta de comidas y bebidas en comedor popular	Sector centro
226	Vizcaíno Arequipa Ana Cristina	Venta al por menor de muebles.	Sector centro
227	Vizcaíno Villota Fausto Adrián	Venta al por mayor y menor de productos veterinarios	Sector sur
228	Yar Villota María Susana	Tienda de víveres	Sector norte
229	Yépez Castillo Sonia Germania	Venta al por menor de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes	Sector sur
230	Zabala Vega Milton Edison	Transporte	Sector centro

7.5. Anexo 5. Ficha de observación potencialidades aplicada



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING



Ficha de observación

Las Potencialidades y el Desarrollo Emprendedor en el Cantón San Pedro de Huaca

Objetivo. Recolectar información necesaria para establecer el nivel de desarrollo emprendedor y las potencialidades del canton San Pedro de Huaca.

Potencialidad	Variable	Número	Unidad de medida	
RECURSOS NATURALES	A.1.	Kilómetros de:		
	A.1.1	Superficie agrícola bajo riego	72	Hectáreas
	A.1.2	Superficie forestal riego	72,8	Hectáreas
	A.1.3	Superficie de pastos naturales	1958,5	Hectáreas
	A.2.	Número de animales según la:		
	A.2.1	Población de ganado vacuno	4352	Cabezas
	A.2.2	Población de ganado ovino	0	-
	A.2.3	Población de ganado porcino	629	Cabezas
	A.2.4	Población de aves de corral	0	-
	A.2.5	Población de ganado alpacas	0	-
	A.2.6	Población de ganado llamas	0	-
	A.2.7	Población de ganado caballar	366	Ejemplares
	A.2.8	Población de ganado mular	8	Ejemplares
	A.2.9	Población de animales menores (cuyes y conejos)	5495	Especies
A.3	Número de escenarios turísticos			
A.3.1	Recursos turísticos Naturales	1	Lugares Turísticos	
A.3.1.1	Estación biológica Guanderas	2436	Hectáreas	
Infraestructura Económica	B.1	Kilometros de:		
	B.1.1	Red vial Asfaltada	12,69	Km
	B.1.2	Red vial Empedrada	65,9	Km
	B.1.3	Red vial Lastrada	7,4	Km
	B.1.4	Red Vial de Tierra	17,45	Km
	B.2	Inversiones		
	B.2.1	Gobierno central	-	-
	B.2.2	Gobiernos Locales	-	-
	B.3	Hospedajes		
	B.3.1	Hospedajes turísticos categorizados	2	Establecimientos
	B.4	Población con:		
	B.4.1	Energía Eléctrica	3141	Viviendas
	B.4.2	Telefonía Fija	346	Viviendas
B.4.3	Televisión por Cable	94	Viviendas	
Capital Financiero	C.1	Oficinas de:		
	C.1.1	Banca Comercial	-	-
	C.1.2	Cooperativas de Ahorro y Crédito	2	Coop
	C.1.3	Cajas de Crédito Rural	1	Caja
Capital Social y Cultural	D.1	Comedores		
	D.1.1	Populares	1	Comedor
	D.1.2	Restaurantes	3	Restaurantes
	D.2	Productores		
	D.2.1	Agropecuarios	1248	Productores
	D.3	Afiliaciones de productores agropecuarios a una organización productiva		
	D.3.1	Afiliaciones de productores agropecuarios a una organización productiva	-	-

7.6. Anexo 6. Encuesta a emprendedores aplicada



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING



ENCUESTA A EMPRENDEDORES

Las Potencialidades y el Desarrollo Emprendedor en el Cantón San Pedro de Huaca

El propósito del presente es recolectar información necesaria para establecer el nivel de desarrollo emprendedor y las potencialidades en el Cantón San Pedro de Huaca, los datos proporcionados serán de carácter confidencial y sirven para datos estadísticos

DATOS GENERALES DEL EMPRENDEDOR.

1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

18-24 25-34 35-44 45-54 55-64

2. ¿Cuál es el nivel máximo de educación?

Primaria Secundaria Superior con Título Superior sin Título Posgrado Especialización Posgrado Maestría Postgrado Doctorado Ninguna

3. ¿Cuál es su género?

Masculino Femenino LGTBI

4. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado su emprendimiento?

Meses:

5. Considerando que las potencialidades son todos aquellos recursos en su sentido más amplio, que existen en una zona determinada, pero que no están siendo utilizados plenamente, para la generación actual o futura de ingresos que sean capaces de dinamizar las economías donde están localizadas y mejorar los niveles de desarrollo humano sostenible de las poblaciones en donde se encuentran dichos recursos. Usted diría que las potencialidades de este cantón se enfocan en:

Recursos naturales Infraestructura Económica Capital financiero Capital social-cultural

6. ¿Su emprendimiento está en relación a alguna de las siguientes potencialidades del cantón?

Recursos naturales Infraestructura Económica Capital financiero Capital social-cultural

7. ¿Cuál es el valor total mensual, en dólares, de sus egresos?

Menos de 500 501 – 1000 1001 – 1500 1501 – 2000 2001 a más

8. De la siguiente lista, indique los tres principales rubros que le generan egresos

Servicios Básicos Alimentación Educación Infraestructura Vestimenta Transporte o combustible Impuestos Mercadería Pago a proveedores

9. ¿Cuál es el valor en dólares del ingreso mensual generado por su emprendimiento?

Menos de 500 501 – 1000 1001 – 1500 1501 – 2000 2001 a más

10. Los ingresos generados por el emprendimiento cubren sus egresos en:

10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

11. ¿Cómo obtuvo el financiamiento para emprender?

Ahorro Familiar Cajas de ahorro Bancos Cooperativa de ahorro y crédito Crédito informal

12. ¿Ha asistido a talleres sobre emprendimiento de programas gubernamentales? Sí No

12.1 Si su respuesta es sí mencione ¿cuántos?

GIRO DEL NEGOCIO

13. ¿Cuál es el giro de su negocio?

- Manufactura Reparación de vehículos Construcción Venta de carne Venta de insumos agrícolas y ganaderos Venta al por menor de alimentos procesados, bebidas preparadas Venta de derivados de leche Panadería Corte y confección Información y telecomunicaciones Actividades profesionales, científicas y técnicas Distribuidor de alimentos, bebidas Agricultura, ganadería Venta de materiales para construcción Venta de repuestos de vehículo Venta al por menor de víveres
 Servicios administrativos y de apoyo Actividades de alojamiento Actividades de turismo Actividades de diversión Venta artículos de bazar y papelería

MOTIVACIÓN

14. ¿Por qué se motivó a emprender?

- Por oportunidad Por necesidad Motivación mixta Por tradición Por costumbre

ETAPA DE DESARROLLO

Según la etapa de desarrollo de su emprendimiento responda como inicio y cuál ha sido la evolución hasta la fecha.

15. ¿Número de trabajadores en etapa inicial? 1-3 4-6 7-9 10 a más
 16. ¿Número de trabajadores etapa actual? 1-3 4-6 7-9 10 a más
 17. ¿Cuál fue el Registro legal en la etapa inicial? Ninguno Patente RISE RUC
 18. ¿Cuál es el Registro legal en la etapa actual? Ninguno Patente RISE RUC

COMPETITIVIDAD DEL NEGOCIO

De acuerdo a la competitividad de su emprendimiento responda como inicio y cuál ha sido la evolución hasta la fecha.

19. ¿Cuál fue en dólares la Inversión tecnológica (maquinaria, equipos de cómputo, etc.) en la etapa inicial del emprendimiento? Valor \$:
 20. ¿Cuál es en dólares la Inversión tecnológica (maquinaria, equipos de cómputo, etc.) en la etapa actual del emprendimiento? Valor \$:
 21. En la etapa inicial su producto o servicio se consideró nuevo. Sí No
 22. En la etapa actual su producto o servicio se considera nuevo. Sí No
 23. ¿En la etapa inicial cuál es su principal competidor?
 24. ¿En la etapa actual cuál es su principal Competidor?
 25. ¿En la etapa inicial consideró usted que el en el que se encuentra es atractivo? Sí No
 26. ¿En la etapa actual considera usted que el sector sector en el que se encuentra era atractivo? Sí No
 27. ¿Cómo consideró la competitividad en la Etapa inicial? Mucha Poca Ninguna
 28. ¿Cómo considera la competitividad en la etapa actual? Mucha Poca Ninguna

CONTEXTO Y CONDICIÓN

Según el contexto y condición de su emprendimiento responda como inicio y cuál ha sido la evolución hasta la fecha.

29. ¿Cuál fue el valor en dólares de la deuda, en etapa inicial? Valor \$:
 30. ¿Cuál es el valor en dólares de la deuda en la la etapa actual? Valor \$:
 31. ¿En la etapa inicial conoció políticas gubernamentales que apoyen a su emprendimiento? Sí No
 32. ¿En la etapa actual conoce políticas gubernamentales que apoyen a su emprendimiento? Sí No
 31.1. Si su respuesta es sí mencione ¿cuál?
 32.1. Si su respuesta es sí mencione ¿cuál?
 33. En la etapa inicial su local fue: Propio Arrendado
 34. En la etapa actual su local es: Propio Arrendado
 Si su respuesta es arrendado pase a la pregunta.39.
 35. ¿Cuál ha sido la inversión en infraestructura en la etapa inicial? Valor \$:
 36. ¿Cuál ha sido la inversión en infraestructura en la etapa final? Valor \$:
 37. ¿Ha accedido a créditos para realizar dicha inversión en la etapa inicial? Sí No
 38. ¿Ha accedido a créditos para realizar dicha inversión en la etapa final? Sí No
 37.1 ¿Si su respuesta es sí indique en qué institución?
 38.1 ¿Si su respuesta es sí en qué institución?
 39. ¿Ha realizado investigación de mercados para emprender? Sí No
 40. ¿Recomendaría realizar investigación de mercados para emprender? Sí No

7.7. Anexo 7. Giro del Negocio.

SECTOR	GIRO DEL NEGOCIO
Transformación	Manufactura
	Construcción
	Reparación de vehículos
	Venta de Carne
	Venta de Insumos agrícolas y ganaderos
	Venta al por menor de alimentos procesados
	Venta de derivados de leche
	Panaderías
Corte y confección	
Orientada a Negocios	Información y telecomunicaciones
	Actividades profesionales
	Distribuidor de alimentos y bebidas
	Venta de materiales para construcción
Orientado a Consumidores	Venta al por menor y mayor de víveres
	Servicios administrativos de apoyo
	Actividades de diversión
	Venta de artículos de bazar y papelería
	Venta al por mayor y menor de artículos
	Actividades de turismo
	Actividades de alojamiento
Venta de repuesto de vehículos	



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: CRISTINA ELIZABETH CORAL VELASCO
NIVEL/PARALELO: DÉCIMO

CÉDULA DE IDENTIDAD: 040200480-8
PERIODO ACADÉMICO: ABRIL - AGOSTO 2018

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "LAS POTENCIALIDADES Y EL DESARROLLO EMPRENDEDOR EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. JORGE MIRANDA
LECTOR: MSC. RAMIRO URRESTA
ASESOR: MSC. FREDDY QUINDE SARI

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 111
FECHA: lunes, 3 de septiembre de 2018
HORA: 11.25

Obteniendo las siguientes notas:

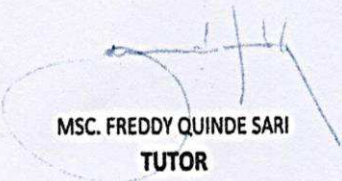
1) Sustentación de la predefensa:	5,60
2) Trabajo escrito	2,60
Nota final de PRE DEFENSA	8,20

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el lunes, 3 de septiembre de 2018


MSC. JORGE MIRANDA
PRESIDENTE


MSC. FREDDY QUINDE SARI
TUTOR


MSC. RAMIRO URRESTA
LECTOR



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: EVELIN ZULEIMA ORDÓÑEZ SARCHI
NIVEL/PARALELO: TITULACIÓN

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401479191
PERIODO ACADÉMICO: ABRIL - AGOSTO 2018

TEMA DE INVESTIGACIÓN:

"LAS POTENCIALIDADES Y EL DESARROLLO EMPRENDEDOR EN EL CANTON SAN PEDRO DE HUACA"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. JORGE MIRANDA
LECTOR: MSC. RAMIRO URRESTA
ASESOR: MSC. FREDDY QUINDE

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 111
FECHA: Lunes, 3 de septiembre 2018
HORA: 11.25

Obteniendo las siguientes notas:

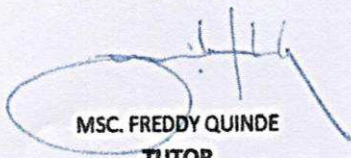
1) Sustentación de la predefensa:	5,60
2) Trabajo escrito	2,60
Nota final de PRE DEFENSA	8,20

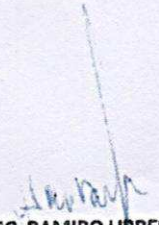
Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **Lunes, 3 de septiembre 2018**


MSC. JORGE MIRANDA
PRESIDENTE


MSC. FREDDY QUINDE
TUTOR


MSC. RAMIRO URRESTA
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones