

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y
ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema: **“Personalidad del emprendedor y desempeño financiero en las empresas de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel”**

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

AUTORA: Rosero Caicedo Nayeli Mariana

TUTOR: Quinde Sari Freddy Richard MSc.

Tulcán, 2025.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que la estudiante Rosero Caicedo Nayeli Mariana con el número de cédula 0401925748 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "Personalidad del emprendedor y desempeño financiero en las empresas de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel".

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en la Codificación del Reglamento de Régimen Académico y de Estudiantes de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

MSc. Freddy Richard Quinde Sari

TUTOR

Tulcán, julio de 2025

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Rosero Caicedo Nayeli Mariana, con cédula de identidad número 0401925748 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Rosero Caicedo Nayeli Mariana

AUTORA

Tulcán, julio de 2025

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Rosero Caicedo Nayeli Mariana, declaro ser autora de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Personalidad del emprendedor y desempeño financiero en las empresas de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Rosero Caicedo Nayeli Mariana

AUTORA

Tulcán, julio de 2025

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios, fuente de mi fortaleza y mi esperanza, por guiarme en cada paso, darme claridad en los momentos de incertidumbre y sostenerme cuando las fuerzas parecían agotarse. Sin Su presencia constante en mi vida, este logro no habría sido posible.

A mi director de proyecto, Msc. Freddy Quinde, por su guía, su paciencia y su compromiso con mi formación académica. Gracias por creer en mí y en este proyecto.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por brindarme los recursos y el espacio académico necesarios para desarrollar esta investigación.

Y a cada persona que, de una forma u otra, me ayudó, inspiró o acompañó: gracias. Este logro no es solo mío, sino también de ustedes.

DEDICATORIA

Yo, Nayeli Mariana Rosero Caicedo, dedico la presente investigación principalmente a mis padres, por ser el pilar de mi vida, por su amor incondicional, su apoyo constante y por enseñarme, con su ejemplo, el valor del esfuerzo y la perseverancia.

A mi hermana, por estar siempre a mi lado con su cariño, sus palabras de aliento y esa complicidad que solo entre hermanas se entiende.

A mi familia, por creer en mí incluso en los momentos en que yo dudaba.

A mi mejor amiga Melanny, que supo acompañarme con paciencia, ánimo y risas cuando más lo necesitaba.

Y a mí misma, por no rendirme, por seguir adelante pese a las dudas, el cansancio y los días difíciles.

ÍNDICE

RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
INTRODUCCIÓN	13
I. EL PROBLEMA	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
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 DE LA INVESTIGACIÓN	18
2.1.1. Relación entre la personalidad del emprendedor y el desempeño financiero en empresas comerciales de la ciudad de Tulcán	18
2.1.2. Comparación de los rasgos de personalidad del emprendedor en la frontera Ecuador-Colombia	20
2.1.3. Influencia de los enfoques psico conductuales en el éxito emprendedor	21
2.2. MARCO TEÓRICO	22
2.2.1. La personalidad del emprendedor desde la psicología diferencial	23
2.2.2. Rasgos de personalidad emprendedora como factor determinante en el desempeño empresarial.....	24
2.2.3. Influencia de los Rasgos de Personalidad en la Intención y Comportamiento Emprendedor.....	25
2.2.4. Influencia de los Rasgos de Personalidad en el Desempeño Financiero del Emprendimiento	26
2.2.5. Desempeño financiero y su relación con la personalidad del emprendedor	27

III. METODOLOGÍA	31
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	31
3.1.1. Enfoque	31
3.1.2. Tipo de investigación	32
3.2. IDEA A DEFENDER	32
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	35
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	38
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	38
3.5.1. Población	38
3.5.2. Muestra	39
3.5.2. Procedimiento de Recolección y Análisis de Datos.....	39
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	41
4.1. RESULTADOS.	41
4.1.1. Caracterización de la personalidad del emprendedor comerciante de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel	41
4.1.2. Desempeño financiero de las empresas del sector	50
4.1.3. Relación entre los rasgos de personalidad del emprendedor y el desempeño financiero de las empresas comerciales de San Gabriel..	60
4.2. DISCUSIÓN	62
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
5.1. CONCLUSIONES	65
5.2. RECOMENDACIONES.....	67
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
VII. ANEXOS.....	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Correlación	33
Tabla 2. Rangos de correlación	34
Tabla 3. Valores de personalidad: Neuroticismo.....	42
Tabla 4. Valores de personalidad: Extraversión	43
Tabla 5. Valores de personalidad: Apertura a la experiencia	44
Tabla 6. Valores de personalidad: Agradabilidad.....	45
Tabla 7. Valores de personalidad: Escrupulosidad	45
Tabla 8. Valores de la percepción desempeño financiero: Productividad	52
Tabla 9. Valores de la percepción desempeño financiero: Rendimiento de los activos	53
Tabla 10. Percepción sobre el retorno de la inversión	55
Tabla 11. Percepción sobre costos operativos.....	56
Tabla 12. Valores de la percepción desempeño financiero: Participación de mercado	57
Tabla 13. Percepción sobre el crecimiento de ventas.....	58
Tabla 14. Relación entre los rasgos de personalidad del emprendedor y el desempeño financiero	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Características del emprendedor	41
Figura 2. Dimensiones	46
Figura 3. Calzado	48
Figura 4. Ropa.....	49
Figura 5. Ropa y Calzado	50
Figura 6. Desempeño financiero	51
Figura 7. Productividad	53
Figura 8. Rendimiento de activos (ROA)	54
Figura 9. Costos operativos.....	56

Figura 10. Participación del mercado	58
Figura 11. Crecimiento en ventas.....	59

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC.....	57
Anexo. Certificado del abstract por parte de idiomas.....	58
Anexo 1. Formulario.....	59
Anexo 2. Catastro municipal de Montúfar.....	61
Anexo 3. Aplicación de encuestas a emprendedores de la ciudad de San Gabriel.....	76

RESUMEN

El presente estudio analiza la relación entre la personalidad del emprendedor y el desempeño financiero de las empresas comerciales de ropa y calzado en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi, Ecuador. Se enmarca en la necesidad de comprender cómo los rasgos individuales influyen en la gestión empresarial, especialmente en contextos locales donde la actividad emprendedora enfrenta limitaciones estructurales, financieras y formativas. A través de un enfoque cualitativo y un diseño correlacional de corte transversal, se aplicaron encuestas basadas en el modelo de los "Cinco Grandes" rasgos de personalidad (apertura a la experiencia, escrupulosidad, extraversión, amabilidad y neuroticismo) y en indicadores financieros clave (productividad, ROI, ROA, crecimiento de ventas, costos operativos y participación de mercado). La muestra estuvo compuesta por 327 emprendedores del sector. Los resultados revelan que el rasgo predominante en los emprendedores es la apertura a la experiencia, asociado con creatividad e innovación. Asimismo, se destacan niveles medios de extraversión, amabilidad y escrupulosidad, lo que refleja una gestión relativamente organizada y relaciones interpersonales positivas. El neuroticismo, por su parte, fue el rasgo menos representativo, lo cual sugiere estabilidad emocional, un aspecto favorable en la gestión empresarial. En cuanto al desempeño financiero, los emprendedores perciben una productividad relativamente alta en comparación con su competencia, aunque existen limitaciones en otras áreas como el control de costos y la rentabilidad. El análisis estadístico muestra una correlación débil pero significativa entre los rasgos de personalidad y el desempeño financiero, siendo más notoria la influencia de la apertura a la experiencia y la escrupulosidad. Este estudio aporta evidencia empírica que puede ser útil para el diseño de políticas de formación emprendedora y fortalecimiento empresarial, reconociendo la importancia de las características personales en el éxito de los negocios locales.

Palabras Claves: Personalidad, emprendimiento, desempeño financiero, percepción, sector comercial

ABSTRACT

This study analyzes the relationship between entrepreneurial personality and the financial performance of clothing and footwear companies in the city of San Gabriel, Montúfar Canton, Carchi Province, Ecuador. It focuses on the need to understand how individual traits influence business management, especially in local contexts where entrepreneurial activity faces structural, financial, and educational constraints. Applying a qualitative approach and a cross-sectional correlational design, surveys based on the "Big Five" model were conducted, embracing personality traits including: openness to experience, conscientiousness, extraversion, agreeableness, and neuroticism; as well as key financial indicators such as: productivity, ROI, ROA, sales growth, operating costs, and market share. The sample consisted of 327 entrepreneurs from the sector. The results revealed that the predominant trait among entrepreneurs is openness to experience, associated with creativity and innovation. Likewise, medium levels of extroversion, agreeableness, and conscientiousness are highlighted, reflecting relatively organized management and positive interpersonal relationships. On the other hand, neuroticism was the least representative trait, showing emotional stability, which is a favorable aspect in business management. Regarding financial performance, entrepreneurs perceive relatively high productivity compared to their competitors, although there are limitations in other areas such as cost control and profitability. Statistical analysis revealed a weak but significant correlation between personality traits and financial performance, with the influence of openness to experience and conscientiousness being most notable. This study provides empirical evidence that can be useful for the design of entrepreneurial training and business strengthening policies, recognizing the importance of personal characteristics in the success of local businesses.

Keywords: Personality, entrepreneurship, financial performance, perception, commercial sector

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es un fenómeno clave en el desarrollo económico local, especialmente en territorios como San Gabriel, cantón Montúfar, donde las actividades comerciales representan una fuente significativa de empleo e ingresos para la población. Las empresas dedicadas a la venta de ropa y calzado han ganado protagonismo en la economía local, pese a enfrentarse a múltiples desafíos estructurales, financieros y humanos que limitan su crecimiento sostenido. Uno de los factores menos explorados en este ámbito ha sido la influencia de las características personales del emprendedor en la gestión y resultados de sus negocios.

La personalidad del emprendedor influye en cómo percibe, actúa y se relaciona con su entorno, afectando su desempeño empresarial. Rasgos como apertura, responsabilidad, extraversión, amabilidad y estabilidad emocional (los "Cinco Grandes") pueden favorecer la innovación, el liderazgo y la sostenibilidad en mercados competitivos. Sin embargo, en San Gabriel hay escasa investigación sobre esta relación, lo que dificulta determinar si ciertos perfiles de personalidad se asocian con un mejor desempeño financiero en las empresas del sector comercial.

En este marco, el presente estudio se propone analizar la relación entre la personalidad del emprendedor y el desempeño financiero de las empresas comerciales de ropa y calzado en la ciudad de San Gabriel. A través de un enfoque cuantitativo y correlacional, se busca identificar qué rasgos de personalidad predominan en este grupo de emprendedores y cómo estos se vinculan con indicadores financieros clave como la rentabilidad, la productividad y el crecimiento. Los hallazgos permitirán no solo aportar al conocimiento académico sobre la dinámica emprendedora en contextos rurales, sino también brindar herramientas prácticas para la toma de decisiones estratégicas, tanto a nivel empresarial como institucional.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

San Gabriel, cantón Montúfar, evidencia un panorama poco alentador en el ámbito del emprendimiento dentro del sector de la comercialización de ropa y calzado. Lejos de mostrar un entorno propicio para el desarrollo empresarial, esta localidad enfrenta profundas limitaciones que obstaculizan la sostenibilidad y el crecimiento de los negocios. Algunos individuos se sienten motivados por la observación de otros emprendedores o por su propia percepción de capacidad, la realidad es que persisten múltiples barreras estructurales y personales que reducen las posibilidades de éxito.

En la ciudad de San Gabriel, el emprendimiento en el sector comercial de ropa y calzado se desarrolla en condiciones poco favorables, marcadas por una falta de sostenibilidad y escaso crecimiento. A pesar de su importancia económica, estos negocios no logran consolidarse ni generar estabilidad financiera a largo plazo. Una de las principales limitaciones radica en el desconocimiento sobre factores internos del emprendedor, como su personalidad, que podrían estar influyendo directa o indirectamente en el desempeño financiero de las empresas. No existen investigaciones locales que analicen esta relación, lo cual impide identificar si los rasgos individuales favorecen o perjudican los resultados económicos. Esta falta de evidencia restringe la formulación de políticas de apoyo y programas de fortalecimiento empresarial basados en el perfil del emprendedor, y contribuye a perpetuar una visión limitada sobre las verdaderas causas del bajo rendimiento financiero en este sector.

Hasta el momento, no se ha logrado establecer con claridad de qué manera los rasgos de personalidad como la apertura a la experiencia, la responsabilidad, la extraversión, la amabilidad o la estabilidad emocional inciden en la gestión empresarial. Si, como se sospecha, en San Gabriel predominan emprendedores con baja apertura al cambio, ello explicaría la resistencia a innovar y la incapacidad para adaptarse a nuevas dinámicas del mercado, lo cual entorpece la competitividad.

De igual manera, la falta de responsabilidad y compromiso observada en algunos emprendedores compromete gravemente la permanencia de sus negocios.

Otro aspecto preocupante es la posible carencia de habilidades interpersonales, que se manifestaría en niveles bajos de extraversión. Esta situación podría limitar seriamente la creación de redes estratégicas, afectando la interacción con clientes y proveedores. A ello se suma el hecho de que no existe evidencia sobre si la amabilidad está presente o ausente en los emprendedores del sector, lo que genera incertidumbre respecto a la calidad de sus relaciones laborales y comerciales. En cuanto a la estabilidad emocional, no hay datos que permitan saber si los emprendedores están en condiciones de soportar la presión, la incertidumbre o el estrés, lo que deja abierta la posibilidad de que muchos no estén emocionalmente preparados para sostener sus negocios a largo plazo.

Desde el punto de vista financiero, la situación es igualmente desalentadora. El acceso al financiamiento es limitado, y los conocimientos sobre administración financiera son, en muchos casos, insuficientes. Esto provoca una baja capacidad de reinversión y un manejo inadecuado de los recursos, lo que conduce a problemas de liquidez, escasa rentabilidad y un alto riesgo de quiebra. La falta de educación financiera dificulta aún más la toma de decisiones estratégicas como la fijación de precios, la proyección de costos o la gestión del flujo de caja, aumentando la vulnerabilidad del sector frente a cualquier eventualidad económica o cambio en las tendencias del mercado.

La ignorancia sobre la relación entre los rasgos de personalidad y el desempeño financiero limita seriamente la toma de decisiones informadas en el sector. Esta carencia de conocimiento impide la formulación de políticas públicas efectivas y contribuye al estancamiento generalizado de los emprendimientos en San Gabriel, reduciendo sus posibilidades de crecimiento y consolidación. Mientras no se generen estudios profundos sobre estas variables, las probabilidades de éxito seguirán siendo mínimas y la tasa de fracaso continuará en aumento, dejando al sector comercial de ropa y calzado en una posición de debilidad frente a los retos del entorno actual (Revelo, 2023).

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Como se relacionan los rasgos de personalidad de los emprendedores del sector de ropa y calzado en San Gabriel con el desempeño financiero ?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente estudio se fundamenta en la necesidad de vincular el proceso formativo de los estudiantes con el entorno socioeconómico real, a través del desarrollo de investigaciones aplicadas que respondan a las problemáticas del contexto local. En este sentido, se planteó el análisis de la relación entre la personalidad del emprendedor y el desempeño financiero de los negocios comerciales de ropa y calzado ubicados en la parroquia San Gabriel.

Este informe se enmarca en la línea de investigación "Competitividad empresarial", y específicamente en la sublínea de "Emprendimiento", articulándose también con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 8, "Trabajo decente y crecimiento económico". La razón de esta elección radica en que los emprendimientos locales constituyen un motor importante del desarrollo económico, y los comerciantes de ropa y calzado actúan como actores clave en la generación de empleo, ingresos y dinamismo comercial, tanto a nivel local como nacional (Valdez., Limón y Ramos, 2017)

Desde el ámbito institucional, toma como referente al numeral cinco del Plan Estratégico de Desarrollo Institucional (PEDI), que este busca incrementar el impacto de la función investigativa científica y formativa. Alineada con el lineamiento tres, "La generación del conocimiento", esta iniciativa promueve una investigación participativa que involucra activamente a estudiantes y docentes, fortaleciendo sus competencias investigativas y su compromiso con la transformación del entorno (Sinche, 2023).

El estudio también contribuye al Plan Nacional para la Creación de Oportunidades del Ecuador, al numeral uno del eje económico, orientado a incrementar de forma inclusiva las oportunidades de empleo y mejorar las condiciones laborales. En este marco, se reconoce que una de las principales causas del cierre de negocios en el país, es la limitada capacidad de gestión de los emprendedores. A través de este plan de integración curricular, se genera conocimiento útil para comprender si los rasgos de personalidad influyen en el desempeño financiero de los negocios, lo cual permitirá fortalecer sus bienes de estabilidad y éxito (Cabrera, 2024).

En relación con el perfil de egreso de la Carrera de Administración de Empresas, este informe permite la aplicación directa de procesos investigativos para la solución de problemas reales. La investigación busca identificar qué rasgos de personalidad del

emprendedor inciden en el éxito o fracaso de las empresas comerciales de ropa y calzado, lo cual resulta esencial para su sostenibilidad, generación de empleo y contribución al desarrollo económico local y nacional.

Los principales beneficiarios de esta investigación son los emprendedores comerciales de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel, en particular del sector San Gabriel. A través de los resultados del estudio, estos actores podrán conocer si ciertos rasgos de personalidad inciden en el desempeño financiero de sus negocios, lo cual les permitirá acoger decisiones más estratégicas y fundamentadas. Con esto, favorecerá su permanencia en el mercado, contribuirá a la generación de empleo y potenciará el desarrollo económico del territorio

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo general

- Analizar cómo influye la personalidad del emprendedor y el desempeño financiero en las empresas de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar los rasgos predominantes de la personalidad de los emprendedores en las empresas de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel.
- Evaluar el desempeño financiero de las empresas del sector en función de indicadores clave como ingresos, rentabilidad y crecimiento.
- Analizar la relación entre los rasgos de personalidad del emprendedor y el desempeño financiero de las empresas de la ciudad de San Gabriel.

1.4.3. Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los rasgos de personalidad más comunes entre los emprendedores en las empresas de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel?
- ¿Cómo es el desempeño financiero de estas empresas en términos de ingresos, rentabilidad y crecimiento?
- ¿Qué relación existe entre los rasgos de personalidad del emprendedor y el desempeño financiero de su empresa?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Relación entre la personalidad del emprendedor y el desempeño financiero en empresas comerciales de la ciudad de Tulcán

En un estudio realizado en el cantón Tulcán, provincia del Carchi, estudio realizado por Adriana Viveros y José Revelo, se analizó la relación entre la personalidad del emprendedor y el desempeño financiero en empresas del sector de ropa y calzado. Esta investigación tomó como fundamento teórico el Modelo de los Cinco Grandes (Big Five), el cual permite evaluar los principales rasgos de personalidad de los individuos (Goldberg, 1990).

El enfoque metodológico fue cuantitativo, de tipo correlacional y descriptivo, con un diseño transversal. La recolección de datos se llevó a cabo mediante la aplicación de dos cuestionarios estructurados a una muestra aleatoria simple, compuesta por 301 propietarios de negocios de ropa y calzado. Para el análisis de los datos, se emplearon técnicas estadísticas como la comparación de medias y el cálculo de medidas de tendencia central.

Los resultados evidenciaron una relación positiva de magnitud media entre la personalidad del emprendedor y el desempeño financiero de las empresas. Entre los cinco rasgos evaluados, la apertura a la experiencia fue el más representativo en los emprendedores, mientras que el desempeño financiero fue percibido favorablemente a través del índice de productividad en comparación con la competencia.

Este estudio constituye un referente importante para investigaciones que busquen comprender cómo los factores personales del emprendedor pueden influir en el éxito económico de los negocios, siendo especialmente pertinente para replicarse o compararse en contextos similares como en la ciudad de San Gabriel

La revisión de la literatura del presente estudio partió del trabajo desarrollado por Solarte *et al.* (2021), quienes abordaron la relación entre factores vinculados con la pandemia de Covid-19 y la innovación desde la perspectiva del emprendedor. La

investigación se centró en una muestra de 196 emprendedores que operan en micro y pequeñas empresas del departamento de Nariño, Colombia. El enfoque metodológico fue cuantitativo, no experimental, de tipo correlacional y de corte transversal. Los autores utilizaron un modelo de regresión jerárquica para probar su hipótesis de investigación.

Los hallazgos evidenciaron que, al introducir variables asociadas al Covid-19 en relación con los rasgos de personalidad, el modelo mostró significancia. Se encontró una relación positiva entre estos rasgos y la innovación, destacando que los efectos del contexto pandémico tienen una incidencia observable sobre la dinámica innovadora de los emprendedores. Específicamente, el rasgo de la escrupulosidad fue el que mostró una mayor relación con la innovación empresarial. A pesar de que los resultados no son generalizables a toda la población emprendedora, sí constituyen un referente empírico valioso, sobre todo en lo referente a la heterogeneidad de los rasgos individuales y su impacto en el comportamiento organizacional.

Esta investigación guarda una estrecha relación con el presente estudio, ya que ambos se enfocan en los rasgos de personalidad del emprendedor. Mientras que Solarte *et al.* analizan su vínculo con la innovación, este estudio busca establecer su conexión con el desempeño financiero, explorando además cómo distintas variables pueden condicionar dicha relación.

Caracterización del emprendedor carchense y su respuesta ante la pandemia. Por otro lado, Viveros *et al.* (2021) centraron su investigación en la caracterización de los emprendedores de la provincia del Carchi, Ecuador, y sus percepciones frente a los efectos de la pandemia. El estudio, de naturaleza exploratoria y descriptiva, se basó en una muestra de 219 emprendedores. A través de un cuestionario diseñado para captar el comportamiento emprendedor durante el periodo de emergencia sanitaria, los investigadores hallaron que la mayoría de los emprendedores, con excepción del grupo etario de 65 a 72 años, manifestaron una actitud negativa hacia la continuidad de sus negocios. La crisis sanitaria fue vista por muchos como un factor que ponía en riesgo la supervivencia empresarial.

No obstante, también se identificaron aspectos positivos: muchos emprendimientos surgieron como respuesta a la necesidad, lo que impulsó la apertura de negocios en sectores como el comercio, transporte, tecnologías de la información, industria y construcción. Sin embargo, una de las principales limitaciones detectadas fue la falta

de conocimientos en gestión empresarial, lo que sugiere que los emprendedores, aunque motivados, carecen de herramientas técnicas y financieras para sostener sus iniciativas. Rasgos de personalidad y género en la intención emprendedora de estudiantes universitarios

En un contexto distinto, Hernández Maldonado (2019) exploró el papel de los cinco grandes rasgos de personalidad y el género en la intención emprendedora de estudiantes universitarios en Puerto Rico. La muestra estuvo compuesta por 200 participantes, y se empleó la escala NEO FFI para evaluar los cinco rasgos: apertura a la experiencia, extraversión, responsabilidad, amabilidad y neuroticismo.

Los resultados revelaron que no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en cuanto a su intención emprendedora. Sin embargo, se determinó que los rasgos de apertura a la experiencia y extraversión ejercen una influencia positiva sobre dicha intención, mientras que los otros tres rasgos no mostraron relaciones relevantes. Este hallazgo refuerza la idea de que ciertos componentes de la personalidad pueden predisponer a los individuos hacia comportamientos emprendedores, siendo especialmente valiosa la disposición a explorar nuevas ideas y la capacidad de interactuar socialmente.

2.1.2. Comparación de los rasgos de personalidad del emprendedor en la frontera Ecuador-Colombia

Una aproximación binacional fue llevada a cabo por Viveros, García, Solarte y Rivera (2022), quienes estudiaron las diferencias y similitudes en los rasgos de personalidad del emprendedor en las regiones fronterizas de Carchi (Ecuador) y Pasto (Colombia), en el contexto posterior al confinamiento. A partir del modelo de los cinco grandes rasgos y utilizando un instrumento validado por Soto y John (2017), se encuestó a emprendedores propietarios de pequeñas empresas.

Los resultados mostraron que los rasgos predominantes en ambos contextos fueron la escrupulosidad, apertura a la experiencia y amabilidad, siendo el neuroticismo el menos representativo. Esta investigación es clave para comprender el perfil psicológico de los emprendedores en zonas limítrofes y permite inferir que ciertos rasgos de personalidad pueden contribuir a mantener una actitud resiliente y adaptable frente a contextos de crisis.

2.1.3. Influencia de los enfoques psico conductuales en el éxito emprendedor

El estudio de Macías *et al.* (2019), desarrollado en México, se enfocó en el impacto de los enfoques conductuales y gerenciales en la aceptación de nuevas empresas. Con una muestra de 252 dirigentes de empresas recientemente fundadas, el enfoque cuantitativo permitió concluir que los factores psico conductuales, especialmente los rasgos de extraversión, apertura a la experiencia y escrupulosidad, son determinantes en el éxito emprendedor.

Este trabajo es significativo para el presente estudio, ya que resalta cómo ciertos rasgos de personalidad, en especial aquellos que favorecen la innovación y la proactividad, se traducen en resultados empresariales positivos. Por lo tanto, no solo es relevante estudiar estos rasgos en relación con la innovación, sino también con indicadores financieros concretos.

a) Relación entre el gobierno corporativo y el desempeño financiero empresarial
Correa *et al.* (2020) abordaron la relación entre el gobierno corporativo y el desempeño financiero de las empresas en el contexto colombiano. Con una muestra de 69 individuos que operan en la bolsa de valores, el estudio utilizó análisis cuantitativo con el software R, y encontró que existe una relación positiva significativa entre una buena estructura de gobierno corporativo y un elevado desempeño financiero.

Este trabajo aporta un enfoque complementario al del presente estudio, al sugerir que factores organizacionales y de estructura interna, como el gobierno corporativo, también influyen directamente en el rendimiento financiero. Aunque no aborda los rasgos individuales del emprendedor, plantea que el entorno estructural y administrativo en que opera una empresa tiene un peso considerable en su éxito económico.

b) Innovación como factor determinante del desempeño financiero en empresas industriales

Otra investigación relevante analiza cómo la innovación impacta directamente el desempeño financiero, tomando como referencia el sector de maquinaria alimenticia en el norte de Italia. El estudio utilizó una muestra final de 98 pymes, tras realizar un pretest para validar el cuestionario. El análisis por regresión mostró que un mayor nivel de innovación se traduce en un mejor desempeño financiero.

Estos hallazgos son fundamentales para el presente estudio, ya que, si bien se enfoca en un sector industrial específico, demuestra empíricamente que la capacidad de innovar está estrechamente ligada a resultados financieros positivos. Esto puede ser relevante si se asume que ciertos rasgos de personalidad como la apertura a la experiencia promueven la innovación, y por ende, repercuten en el rendimiento financiero.

c) Indicadores financieros para evaluar la condición de las empresas comerciales

Finalmente, el estudio de Pozo (2021) aplicó indicadores financieros para evaluar la situación actual de empresas comerciales en la Península de Santa Elena. A través del uso de herramientas analíticas y contables, se identificaron niveles de solvencia, endeudamiento, gestión y rentabilidad. La conclusión principal fue que el desempeño financiero refleja la capacidad de las empresas para gestionar sus recursos y mantenerse competitivas en el mercado.

Este enfoque es clave para el presente estudio, ya que permite utilizar métricas objetivas para evaluar el desempeño financiero de las empresas comerciales de San Gabriel, facilitando así el análisis de su relación con los rasgos de personalidad del emprendedor.

En conjunto, todo lo revisado me permite establecer un marco teórico sólido que conecta los rasgos de personalidad del emprendedor con distintas variables como la innovación, la intención emprendedora, el contexto pandémico y el desempeño financiero. La mayoría de los estudios coinciden en resaltar la relevancia de los rasgos de apertura a la experiencia, extraversión y escrupulosidad como factores impulsores del éxito empresarial. Esta base teórica sustenta la investigación actual, que tiene como objetivo analizar cómo estos rasgos influyen en el desempeño financiero de las empresas comerciales en la ciudad de San Gabriel, provincia del Carchi, Ecuador.

2.2. MARCO TEÓRICO

En este apartado se presentan las principales definiciones, enfoques teóricos, modelos e instrumentos que permiten comprender la relación entre la personalidad del emprendedor y el desempeño financiero de las empresas. La personalidad emprendedora ha sido ampliamente estudiada dentro del campo de la psicología y la administración, debido a su papel fundamental en la formación, sostenimiento y éxito de las iniciativas empresariales. En este sentido, se parte del supuesto de que

ciertos rasgos de personalidad influyen directamente en la capacidad del individuo para asumir riesgos, liderar procesos de innovación y generar valor económico:

2.2.1. La personalidad del emprendedor desde la psicología diferencial

Desde una perspectiva contemporánea de la psicología diferencial, Frieder R. Lang *et al.* (2011) han señalado que la personalidad puede entenderse como un sistema dinámico de patrones consistentes de pensamiento, emoción y comportamiento que se manifiestan en distintos contextos de la vida social y personal. Esta concepción rompe con enfoques tradicionales que consideraban la personalidad como una entidad fija e inmutable. En cambio, propone una visión en la que la personalidad se transforma y adapta a lo largo del tiempo, en función de las metas personales, los roles sociales que el individuo desempeña y las trayectorias vitales que experimenta. Esta perspectiva resulta particularmente útil para analizar el comportamiento de los emprendedores, quienes enfrentan entornos altamente cambiantes y deben tomar decisiones estratégicas en función de múltiples demandas contextuales.

Bajo esta óptica, el estudio de la personalidad del emprendedor se convierte en una vía para comprender no solo sus disposiciones internas, sino también su capacidad de adaptación, resiliencia y proyección de futuro. Estas cualidades no emergen de forma aislada, sino en interacción con el entorno social, económico y cultural en el que se desenvuelven. Así, el emprendedor puede ser visto como un agente activo de su propio desarrollo, cuyas características de personalidad influyen en la manera en que identifica oportunidades, gestiona recursos y enfrenta los desafíos del mercado.

En este sentido, Gutiérrez *et al.* (2021) definen al emprendedor como una persona capaz de innovar, detectar oportunidades, enfrentar dificultades y generar valor a partir de los recursos disponibles, convirtiéndose en el fundador de una empresa con fines económicos. Esta definición pone de relieve la dimensión estratégica del emprendimiento, en la que convergen factores internos como la creatividad, la tolerancia al riesgo o la perseverancia y factores externos como el contexto económico, las redes de apoyo o las políticas públicas de fomento empresarial. De este modo, se establece un puente entre la configuración psicológica del emprendedor y los resultados tangibles de su actividad económica, lo que justifica el interés por estudiar la personalidad como variable relevante en el análisis del desempeño financiero empresarial.

2.2.2. Rasgos de personalidad emprendedora como factor determinante en el desempeño empresarial

La personalidad del emprendedor ha sido ampliamente vinculada con el espíritu emprendedor, entendido no solo como un motor de generación de empleo y riqueza, sino también como un medio para alcanzar metas personales y sociales (Ovalles *et al.*, 2018). En este sentido, los rasgos de personalidad se configuran como un elemento diferenciador clave en la actividad empresarial. Tal como señalan Llopis *et al.* (2018), estos rasgos constituyen patrones de comportamiento relativamente estables que determinan la forma en que los individuos interpretan su entorno y responden a él, lo cual influye directamente en su capacidad de adaptación frente a contextos empresariales complejos y cambiantes.

La literatura especializada ha identificado una serie de características que definen la personalidad emprendedora. Macho *et al.* (2020) destacan cuatro rasgos esenciales que inciden en el comportamiento y desempeño del emprendedor:

- a. Locus de control; que hace referencia a la creencia del individuo en su capacidad para influir sobre los resultados de sus acciones, lo cual repercute en su motivación y persistencia frente a los desafíos.
- b. Autoeficacia; entendida como la percepción que tiene el sujeto sobre su competencia para ejecutar tareas específicas con éxito, factor clave en la toma de decisiones y la resolución de problemas.
- c. Tolerancia al riesgo; que se refiere a la disposición a enfrentar situaciones inciertas en función de la posibilidad de obtener beneficios, lo que resulta fundamental en un entorno empresarial caracterizado por la volatilidad.
- d. Proactividad; que implica la habilidad para anticiparse a los cambios, generar iniciativas propias y actuar con enfoque en la mejora continua y la innovación.

Estos rasgos, en conjunto, configuran una base psicológica que puede facilitar el desarrollo de capacidades estratégicas y operativas, influyendo así en el desempeño financiero de las empresas lideradas por emprendedores con estas características.

2.2.3. Influencia de los Rasgos de Personalidad en la Intención y Comportamiento Emprendedor

La literatura académica ha mostrado un creciente interés en comprender cómo los rasgos de personalidad influyen en la intención emprendedora y, por ende, en el comportamiento empresarial. Zisser *et al.* (2009) sostienen que los rasgos vinculados al comportamiento orientado a metas elevadas tienen una mayor incidencia en la intención emprendedora que las meras creencias positivas sobre uno mismo. Esta perspectiva sugiere que la motivación hacia el logro y la acción efectiva resultan determinantes más relevantes que la autoestima o las habilidades sociales por sí solas, destacando la importancia de una orientación clara hacia el cumplimiento de objetivos ambiciosos en contextos emprendedores.

Por su parte, Ward *et al.* (2019) argumentan que las motivaciones personales actúan como mecanismos mediadores entre los rasgos de personalidad y el comportamiento emprendedor. Esto implica que los individuos se sienten impulsados a emprender no solo por sus características personales, sino también por sus intereses internos y por la percepción de autoeficacia. En este sentido, la seguridad en las propias capacidades se configura como un factor motivacional clave que canaliza la personalidad hacia la acción emprendedora.

Uno de los marcos teóricos más ampliamente aceptados para el análisis de la personalidad es el Modelo de los Cinco Grandes o Big Five, desarrollado por Lewis R. Goldberg (1990). Este modelo identifica cinco dimensiones fundamentales de la personalidad: apertura a la experiencia, escrupulosidad (también denominada responsabilidad), extraversión, amabilidad y neuroticismo. Dichas dimensiones han sido validadas en numerosos estudios y aplicadas en diversas áreas, incluyendo el análisis del comportamiento emprendedor (Costa y McCrae, 1992; Zhao y Seibert, 2006).

- a. Apertura a la experiencia: Se relaciona con la creatividad, la imaginación y la disposición a aceptar nuevas ideas. Este rasgo es esencial en el contexto emprendedor, ya que facilita la identificación y explotación de oportunidades de negocio innovadoras.
- b. Escrupulosidad: Implica organización, perseverancia y sentido del deber. Es un rasgo clave en la gestión empresarial, ya que promueve la planificación estratégica y el control efectivo de los recursos.

- c. Extraversión: Se refiere a la sociabilidad, la energía y el asertividad. Estas características son fundamentales para establecer redes de contacto, liderar equipos y enfrentar situaciones inciertas.
- d. Amabilidad: Asociada a la empatía, la cooperación y la confianza interpersonal. Este rasgo favorece el trabajo colaborativo y la creación de un clima organizacional positivo, lo cual puede traducirse en una mejor relación con clientes, proveedores y empleados.
- e. Neuroticismo: Representa la tendencia a experimentar emociones negativas como ansiedad, inseguridad o irritabilidad. Un alto nivel de neuroticismo puede actuar como un factor limitante en entornos de alta presión, como los que comúnmente enfrenta un emprendedor.

La integración de estos elementos en el análisis de la personalidad emprendedora permite comprender mejor cómo los rasgos individuales pueden incidir en el desempeño empresarial, y ofrece un marco útil para orientar tanto la selección como el desarrollo de competencias emprendedoras.

2.2.4. Influencia de los Rasgos de Personalidad en el Desempeño Financiero del Emprendimiento

Lingjaerde *et al.* (2001) sostienen que ciertos rasgos de personalidad reflejan disposiciones individuales clave para gestionar eficazmente las relaciones interpersonales, regular las emociones y adaptarse a entornos inciertos, capacidades todas ellas determinantes en el éxito empresarial. Desde esta perspectiva, el estudio del perfil de personalidad del emprendedor adquiere relevancia, ya que permite establecer vínculos entre dichas disposiciones personales y el desempeño financiero de sus negocios. Este desempeño se concibe como la habilidad del emprendimiento para generar ingresos sostenibles, optimizar el uso de los recursos disponibles y mantener un crecimiento económico continuo a lo largo del tiempo.

Este marco conceptual respalda la presente investigación al señalar que la personalidad del emprendedor no solo condiciona la intención de emprender, sino que también tiene un impacto directo sobre los resultados financieros del negocio. En el contexto específico de las empresas comerciales ubicadas en San Gabriel, provincia del Carchi, el análisis de estos rasgos permitirá valorar en qué medida las características individuales de los emprendedores influyen en la sostenibilidad, rentabilidad y proyección de sus unidades productivas.

2.2.5. Desempeño financiero y su relación con la personalidad del emprendedor

El desempeño financiero es una de las variables más relevantes para evaluar la eficacia de la gestión empresarial, ya que permite medir aspectos clave como la rentabilidad, la liquidez, la eficiencia operativa y el crecimiento sostenido de una organización. Esta métrica proporciona una visión integral sobre la salud económica de una empresa, permitiendo identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en la toma de decisiones. Desde esta perspectiva, el análisis del desempeño financiero se vuelve indispensable para comprender las razones detrás del éxito o del fracaso de los emprendimientos comerciales, especialmente en contextos dinámicos y competitivos.

Barbara Bigliardi (2013) enfatiza que el desempeño financiero está estrechamente vinculado con la capacidad de innovación de las empresas. En su estudio, señala que aquellas organizaciones que logran articular la innovación con una gestión estratégica efectiva presentan resultados superiores en términos financieros, reflejados en el incremento de las ventas, la mejora del margen de ganancia y un retorno de inversión más favorable. Esta afirmación destaca la importancia de los procesos internos y de las decisiones estratégicas que contribuyen a la creación de valor en el largo plazo.

En esta línea, es importante considerar que el desempeño financiero no solo se ve influido por factores exógenos, como el entorno económico, la competencia o el acceso al financiamiento, sino también por elementos endógenos, entre los que se destaca la personalidad del emprendedor. Características individuales como la visión estratégica, la disposición al riesgo, la proactividad y la capacidad de planificación inciden directamente en la forma en que se gestiona el negocio y, por ende, en sus resultados financieros. Estos rasgos, cuando se encuentran alineados con una gestión empresarial coherente y orientada a objetivos, pueden convertirse en determinantes del éxito organizacional.

De este modo, la presente investigación concibe el desempeño financiero como una variable clave para evaluar la influencia que los rasgos de personalidad del emprendedor ejercen sobre la gestión y los resultados de las empresas en San Gabriel, provincia del Carchi. A través de esta perspectiva, se busca aportar evidencia empírica sobre cómo los factores individuales inciden en los indicadores financieros, fortaleciendo así la comprensión de la dinámica emprendedora en contextos locales.

2.2.6. El desempeño financiero en el contexto del emprendimiento comercial

En el estudio del emprendimiento, el desempeño financiero representa una variable clave para comprender la eficacia con la que los emprendedores gestionan sus negocios, especialmente en sectores dinámicos como el comercio de ropa y calzado. Esta variable no solo refleja los resultados económicos de la empresa, sino que también permite evaluar la capacidad de adaptación, innovación y sostenibilidad del emprendimiento en entornos locales como el cantón San Gabriel, en la provincia del Carchi.

2.2.7. Conceptualización del desempeño empresarial

El desempeño empresarial puede entenderse como el nivel de éxito alcanzado por una organización en función del cumplimiento de sus objetivos estratégicos y operativos. Para Lebas (1995, como se citó en Esparza *et al.*, 2021), el desempeño es el resultado del proceso de planificación, implementación y evaluación de estrategias organizacionales que permiten generar valor económico. En el caso de los emprendimientos comerciales en contextos locales, este desempeño se asocia frecuentemente con la capacidad de sostener la operación, competir en el mercado y generar ingresos estables.

2.2.8. Definición del desempeño financiero

El desempeño financiero, según Martínez *et al.* (2020), se define como el resultado cuantitativo que arrojan las razones financieras utilizadas en la empresa (Gitman y Zutter, p. 61). Estas razones permiten evaluar dimensiones como la rentabilidad, eficiencia, liquidez y solvencia. Sin embargo, en emprendimientos informales o semi-formales, como muchas de las empresas comerciales de ropa y calzado en San Gabriel, el acceso a información contable sistemática es limitado. Por esta razón, en la presente investigación se adoptó un enfoque basado en la percepción del emprendedor, es decir, en cómo los propietarios valoran su situación financiera en comparación con su entorno competitivo.

2.2.9. Evaluación perceptual del desempeño financiero

Para abordar la medición del desempeño desde una perspectiva subjetiva, se consideraron seis indicadores financieros frecuentemente utilizados en estudios con pequeñas empresas (Bigliardi, 2013), adaptados a la realidad local:

a) Retorno de la inversión (ROI)

El Retorno sobre la Inversión (ROI) es un indicador que mide el rendimiento económico generado por una inversión en relación con el capital invertido. Permite evaluar si las decisiones financieras han sido rentables.

“El ROI es una herramienta clave para valorar si el capital invertido en un negocio o proyecto ha producido beneficios proporcionales” (González & Romero, 2020).

b) Los costos operativos

Comprenden todos los gastos asociados con el funcionamiento diario de la empresa, tales como insumos, personal, alquileres, servicios y otros. Su control efectivo es clave para la eficiencia financiera.

“Reducir los costos operativos sin afectar la calidad del producto o servicio permite mejorar la eficiencia general de la empresa” (Horngren, Datar, & Rajan, 2015).

c) Participación de mercado

La participación de mercado se refiere al porcentaje que representa una empresa en las ventas totales del sector al que pertenece. Es un indicador del grado de posicionamiento competitivo.

“Una mayor participación de mercado sugiere que la empresa está ganando ventaja competitiva frente a otras del sector” (Kotler & Keller, 2016).

d) Crecimiento en ventas

El crecimiento en ventas indica la variación positiva en los ingresos por ventas respecto a un período anterior. Es un reflejo del dinamismo comercial y de la aceptación de los productos en el mercado.

“El crecimiento sostenido en ventas es un signo de fortaleza comercial y posicionamiento en el mercado” (Van Horne & Wachowicz, 2012).

e) Productividad

La productividad mide la relación entre los recursos utilizados y los resultados obtenidos. En empresas comerciales, se refiere al rendimiento eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros.

“Mejorar la productividad implica optimizar procesos para obtener más resultados con menos recursos” (Chiavenato, 2017).

f) Rendimiento sobre los activos (ROA)

El rendimiento sobre los activos (ROA) indica qué tan eficientemente una empresa está utilizando sus activos para generar utilidades. Es útil para evaluar la rentabilidad total del negocio sin considerar el origen del financiamiento.

“El ROA refleja la capacidad de la empresa para obtener beneficios a partir del total de sus activos” (Ross, Westerfield, & Jordan, 2014).

Estos indicadores permiten captar el desempeño financiero desde la experiencia vivencial del emprendedor, lo cual resulta especialmente útil en contextos donde no se cuenta con estados financieros auditados. Así, se reconoce que, aunque no se trata de un análisis contable en sentido estricto, las percepciones constituyen una fuente válida de información empírica cuando se interpretan dentro del contexto específico del estudio.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

La presente investigación se enmarca en un enfoque cualitativo, elegido con el propósito de explorar, comprender e interpretar las percepciones y experiencias subjetivas de los emprendedores del sector de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel, en relación con su personalidad y su percepción del desempeño financiero de sus negocios. Esta decisión metodológica se sustenta en los planteamientos de Sampieri, Collado y Lucio (2014), quienes afirman que el enfoque cualitativo busca comprender fenómenos complejos desde la perspectiva de los actores sociales, considerando los significados que ellos otorgan a su realidad en contextos específicos.

Desde esta perspectiva, se procuró identificar patrones de pensamiento, actitudes y comportamientos asociados a los rasgos de personalidad emprendedora, partiendo de la interpretación subjetiva de los participantes. Como marco de análisis se empleó el Modelo de los Cinco Grandes Factores (Big Five), que contempla las dimensiones de apertura a la experiencia, responsabilidad, extraversión, amabilidad y neuroticismo. Aunque este modelo ha sido tradicionalmente aplicado en estudios cuantitativos, en esta investigación se adaptó como una guía interpretativa para analizar cómo los emprendedores perciben y expresan dichos rasgos en su accionar cotidiano y en la gestión de sus negocios.

En cuanto a la percepción del desempeño financiero, esta no se abordó mediante registros contables ni indicadores objetivos, sino a través de un instrumento estructurado de tipo perceptual, centrado en seis dimensiones: rentabilidad, liquidez, eficiencia operativa, crecimiento en ventas, nivel de endeudamiento y satisfacción financiera. El enfoque cualitativo permitió indagar cómo los propios emprendedores interpretan su situación financiera, poniendo en evidencia cómo sus emociones,

creencias y experiencias influyen en la construcción de su percepción del éxito o del fracaso económico.

Se utilizó una escala tipo Likert como técnica de recolección de datos, no con fines estadísticos, sino para captar matices en la intensidad de las percepciones y facilitar su interpretación cualitativa. Esta herramienta permitió identificar patrones y diferencias en las respuestas, que posteriormente fueron analizadas considerando el contexto social, económico y personal de cada emprendedor participante.

3.1.2. Tipo de investigación

La investigación desarrollada se clasifica como cualitativa de tipo descriptiva e interpretativa, de acuerdo con la clasificación metodológica propuesta por Hernández, Fernández y Baptista (2014). En su dimensión descriptiva, el estudio permitió caracterizar el perfil sociodemográfico de los emprendedores y describir cómo perciben y expresan sus rasgos de personalidad en el ejercicio cotidiano de sus actividades comerciales.

En su dimensión interpretativa, la investigación se orientó a comprender el significado que los emprendedores atribuyen a su desempeño financiero, a partir de sus experiencias, emociones y creencias. No se buscó establecer relaciones causales ni correlaciones estadísticas, sino explorar la forma en que los aspectos de la personalidad influyen en la manera en que los emprendedores viven y entienden el éxito o la dificultad económica en sus negocios.

Este tipo de estudio permitió profundizar en las realidades particulares de los emprendedores, identificando sentidos subjetivos, patrones discursivos y elementos contextuales que enriquecen la comprensión del fenómeno. Los hallazgos aportan insumos valiosos para la formulación de estrategias de acompañamiento y fortalecimiento del emprendimiento en la región, considerando no solo variables económicas, sino también los aspectos humanos que configuran la práctica emprendedora.

3.2. IDEA A DEFENDER

“En las empresas de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel, las percepciones sobre los rasgos de personalidad de los emprendedores están estrechamente vinculadas a cómo ellos mismos y su entorno valoran el desempeño financiero de sus

negocios, sugiriendo que dichas características personales son vistas como factores relevantes para explicar sus resultados económicos”

La idea que se defiende en este estudio es que la personalidad del emprendedor representa un factor significativo, aunque no único en la explicación del desempeño financiero, al interactuar con otros elementos como el entorno, la experiencia y el acceso a recursos. Esta posición se sustenta tanto en la teoría de los rasgos de personalidad como en estudios previos que destacan la importancia del perfil psicológico en la sostenibilidad y proyección de los negocios.

Esta investigación parte de la premisa de que las relaciones entre personalidad y desempeño financiero no se reducen a asociaciones cuantitativas directas, sino que se construyen socialmente a través de significados, experiencias y narrativas. Por ello, el estudio buscó describir y analizar las percepciones de los emprendedores sobre sus propios rasgos de personalidad y cómo estos influyen en su manera de percibir y valorar el éxito financiero de sus negocios.

Aunque la presente investigación adoptó un enfoque cualitativo centrado en comprender las percepciones de los emprendedores sobre sus rasgos de personalidad y el desempeño financiero de sus negocios, se incorporó un análisis exploratorio de correlación con fines descriptivos y contextuales a la realidad de la actividad emprendedor y comercial.

Tabla 1. Correlación

Rho de Spearman	Coeficientes	Sum_Personalidad	Sum_Desempeño. Financiero
Sum_Personalidad	Coeficiente de correlación	1.000	0.013
	Sig. (bilateral)	-	0.011
Sum_Desempeño.Financiero	Coeficiente de correlación	0.013	1.000
	Sig. (bilateral)	0.011	-

La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Para ello, se utilizó el coeficiente de Rho de Spearman, obteniéndose un valor de -0.013 con significancia estadística ($p = 0.011$). Según los rangos propuestos por Barrera (2014), este resultado corresponde a una correlación negativa débil. En términos

estadísticos, implica que existe una ligera tendencia a asociar ciertos rasgos de personalidad con desempeños financieros menos favorables.

Tabla 2. Rangos de correlación

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Barrera, 2014

No obstante, en consonancia con el diseño cualitativo de la investigación, este hallazgo no se interpreta como una prueba concluyente de relación causal o significativa en sentido estadístico. Más bien, se lo considera un insumo exploratorio que sirvió para enriquecer el trabajo interpretativo y el análisis de las narrativas de los participantes.

En este sentido, el resultado de la correlación orientó la construcción de la idea a defender en el estudio: las percepciones de los emprendedores sugieren que sus rasgos de personalidad se encuentran estrechamente vinculados a la forma en que valoran y explican el desempeño financiero de sus negocios. Así, incluso una relación estadística débil puede reflejar la complejidad y diversidad de sentidos que los actores atribuyen a la influencia de sus características personales sobre sus resultados económicos.

En consecuencia, el análisis cualitativo se enfocó en profundizar en estas interpretaciones, identificando factores, experiencias y discursos que los emprendedores consideran relevantes para explicar las posibles conexiones entre personalidad y desempeño financiero desde su propio punto de vista.

Se empleó el coeficiente de Rho de Spearman. Además, con la utilización de correlaciones bi variadas se pudo determinar que sí existe correlación entre la personalidad del emprendedor y el desempeño financiero, la tabla anterior muestra un valor menor a 0.05 (-0,013), lo que implica que existe algún tipo de relación, además, al examinar la correlación, la tabla expresa entre la variable dependiente e

independiente un coeficiente de correlación de -0.013 (negativo), según Barrera (2014) se puede entender como una correlación negativa débil.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

En correspondencia con el fundamento teórico, la personalidad del emprendedor se conceptualiza como el conjunto de características psicológicas relativamente estables que determinan la forma en que un individuo percibe, interpreta y responde a su entorno, en especial dentro del ámbito empresarial. Esta variable se descompone en cinco dimensiones fundamentales conforme al modelo de los “Cinco Grandes” (Big Five): neuroticismo, extraversión, apertura a la experiencia, agradabilidad y escrupulosidad. Estas dimensiones permiten analizar el estilo de liderazgo del emprendedor, sus procesos de toma de decisiones y su capacidad de adaptación al entorno competitivo.

El desempeño financiero se define como el grado de eficacia con el que una empresa administra y utiliza sus recursos para alcanzar resultados económicos positivos. Esta variable se evalúa mediante indicadores clave como el retorno sobre la inversión (ROI), el retorno sobre los activos (ROA), el crecimiento de las ventas, los costos operativos, la participación en el mercado y la productividad. Dichos indicadores permiten medir la rentabilidad, eficiencia y competitividad de las empresas en relación con sus competidores del sector.

Tabla 3. Operacionalización de la variable Personalidad del emprendedor

Variable	Dimensión	Indicador	Escala	Instrumento
Personalidad del emprendedor	Neuroticismo	Mucha preocupación/ Nivel de acuerdo	Escala de Likert, nivel de acuerdo con la afirmación con valoración del 1 al 5.	Formulario de encuesta estructurado en dos bloques temáticos por cada una de las variables
		Fácil nerviosismo/ Nivel de acuerdo		
	Extraversión	Calma tensión/ Nivel de acuerdo		
		Muy hablador/ Nivel de acuerdo		
		Sociable extrovertido/ Nivel de acuerdo		
		Persona reservada/ Nivel de acuerdo		

Percepción del desempeño financiero	Apertura a la experiencia	Ideas originales/ Nivel de acuerdo Valora arte/ Nivel de acuerdo Imaginación activa/ Nivel de acuerdo	Escala de Likert criterio: Mucho peor 1; peor 2; Igual 3; Mejor 4; Mucho mejor 5.
	Agradabilidad	Conducta grosera/ Nivel de acuerdo Naturaleza indulgente/ Nivel de acuerdo Amabilidad general/ Nivel de acuerdo	
	Escrupulosidad	Trabajo minucioso/ Nivel de acuerdo Actitud perezosa/ Nivel de acuerdo Eficiencia alta/ Nivel de acuerdo	
	Retorno de inversión (ROI)	Retorno inversión/ Nivel de mejora en relación a los competidores	
	Crecimiento de Ventas	Ventas crecientes/ Nivel de mejora en relación a los competidores	
	Costos Operativos	Costos operativos/ Nivel de mejora en relación a los competidores	
	Participación de Mercado	Participación mercado/ Nivel de mejora en relación a los competidores	
	Productividad	Productividad relativa/ Nivel de mejora en relación a los competidores	
	Rendimiento de activos (ROA)	Rendimiento de activos/ -Nivel de mejora en relación a los competidores	

3.4 FORMULARIOS

El instrumento de recolección de datos fue estructurado en dos bloques temáticos, cada uno fundamentado en referentes teóricos reconocidos y adaptado al contexto específico de emprendedores del sector comercial. La construcción de ambos bloques tuvo como objetivo garantizar la validez conceptual de las variables estudiadas y facilitar una medición confiable mediante escalas tipo Likert. (ver anexo 1), los informantes fueron propietarios y administradores de empresas comerciales de ropa y calzado en la ciudad de San Gabriel, quienes participaron voluntariamente en la aplicación del cuestionario.

Bloque 1: Personalidad del emprendedor

Este bloque fue construido con base en el modelo teórico propuesto por Frieder R. Lang *et al.* (2011), el cual concibe la personalidad como un sistema de autorregulación compuesto por tres dimensiones: valores personales, metas de vida y creencias de control. Esta perspectiva dinámica de la personalidad resulta especialmente pertinente en el ámbito del emprendimiento, dado que permite observar cómo las personas dirigen sus decisiones y acciones en función de sus principios, aspiraciones y percepciones de control sobre el entorno.

Los ítems de este bloque fueron diseñados para captar estas tres dimensiones. Las preguntas sobre valores personales que se enfocaron en los principios que guían la conducta emprendedora; las referidas a las metas de vida exploraron los objetivos personales y profesionales a largo plazo; y las relacionadas con las creencias de control indagaron sobre la percepción de capacidad del emprendedor para influir en los resultados de su negocio. Todos los ítems se presentaron en formato Likert para medir el grado de acuerdo del encuestado, permitiendo así una evaluación cuantitativa y estandarizada.

Bloque 2: Desempeño financiero

El segundo bloque fue elaborado tomando como referencia el estudio de Barbara Bigliardi (2013), quien analizó la relación entre innovación y desempeño empresarial, haciendo énfasis en indicadores económicos clave para valorar la salud financiera de las empresas. En este bloque se formularon ítems dirigidos a captar la percepción

del emprendedor sobre aspectos como el crecimiento de las ventas, la rentabilidad, el manejo del flujo de caja, el control de costos y la estabilidad financiera general de su negocio.

Este enfoque permite una autoevaluación del desempeño financiero desde la perspectiva del propio emprendedor, lo que es especialmente útil en contextos donde no siempre se cuenta con información financiera formal o auditada. Al igual que en el bloque anterior, se utilizó una escala tipo Likert para permitir una medición ordinal de las respuestas, facilitando el análisis estadístico posterior sobre la relación entre personalidad emprendedora y desempeño financiero.

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

La presente investigación adoptó un enfoque metodológico de carácter deductivo, en concordancia con lo planteado por Suárez (2021), quien señala que este método parte de principios generales para arribar a conclusiones específicas, facilitando la formulación de hipótesis que posteriormente fueron contrastadas con datos empíricos. Complementariamente, se aplicó el método analítico, el cual permitió descomponer el objeto de estudio la relación entre personalidad del emprendedor y desempeño financiero en sus componentes esenciales, posibilitando un examen más detallado de cada variable.

De igual forma, se incorporó el método sintético, considerado esencial para integrar los elementos analizados en una visión coherente y global del fenómeno investigado (Falcón y Serpa, 2021). Este enfoque combinado facilitó la revisión de literatura científica especializada, la cual aportó insumos teóricos fundamentales para la comprensión de la variable independiente (personalidad del emprendedor), así como para el análisis de la percepción de los sujetos respecto a la variable dependiente (desempeño financiero frente a la competencia).

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

3.5.1. Población

Para determinar la población del presente estudio titulado se tomó como base el catastro municipal del cantón Montúfar (ver anexo 2). Este catastro permitió identificar de manera precisa todos los locales comerciales dedicados a la venta de ropa y calzado ubicados en la ciudad de San Gabriel que concentra el mayor porcentaje de estos negocios.

Conforme se detalla en el documento, se estableció que la población total estuvo conformada por los 2184 emprendedores propietarios de establecimientos de ropa y calzado registrados oficialmente en el catastro del municipio.

3.5.2. Muestra

Datos

N = 2184

Z = 1,96; Confianza 95%

p = Probabilidad de aceptación 0,50

q = probabilidad de rechazo 0.50

e = Margen de error 5%

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$
$$n = \frac{2184 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 \times (2184 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$
$$n = \frac{2097,5136}{6,4179}$$
$$n = 326,8224185$$
$$n = 327$$

3.5.2. Procedimiento de Recolección y Análisis de Datos

La recolección de datos se orientó a obtener información precisa y cuantificable sobre las dos variables de estudio: los rasgos de personalidad de los emprendedores y el desempeño financiero de sus empresas. Para ello, se diseñó un instrumento estructurado que permitió codificar y clasificar los datos con el fin de facilitar su procesamiento estadístico (ver anexo 3).

La selección de la muestra se realizó mediante un muestreo aleatorio simple, utilizando la herramienta Microsoft Excel 2021 para determinar de forma equitativa la participación de los sujetos pertenecientes a la población objetivo: propietarios de empresas comerciales de ropa y calzado en la ciudad de San Gabriel

El análisis de los datos se llevó a cabo con el programa IBM SPSS Statistics v23. Se aplicó el coeficiente de correlación de Spearman, adecuado para establecer la

relación entre variables ordinales y no paramétricas, como es el caso de los rasgos de personalidad y las percepciones de desempeño financiero. Este análisis permitió identificar el tipo y la fuerza de la relación entre las variables, respondiendo así a los objetivos específicos de la investigación.

Adicionalmente, se efectuó un estudio comparativo de medidas de tendencia central media, mediana y moda para cada dimensión de las variables, lo que permitió una mejor comprensión de las características predominantes en la muestra y su incidencia en el desempeño empresarial. Este procedimiento posibilitó establecer patrones comunes en los emprendedores con mejores resultados financieros, así como identificar aquellos rasgos de personalidad más frecuentemente asociados al éxito competitivo.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS.

4.1.1. Caracterización de la personalidad del emprendedor comerciante de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel

En cuanto a género las mujeres representan el 79.1% y los hombres 20.9%. La edad se encuentra desde los 17 a 77 años y el promedio de edad es de 44 años. En lo que tiene que ver con el nivel de instrucción la mayoría de los emprendedores aseguran haber cursado la secundaria, es decir, el 79% de personas han concluido sus estudios hasta culminar el bachillerato. El 14% ha estudiado hasta la primaria, así como también, el 7% han realizado estudios superiores y el 0.7% no posee instrucción académica. Por otro lado, en cuanto a actividad económica el 86% son negocios de venta de ropa, el 12% venden calzado y el 2% restante se dedica a la venta tanto de ropa como de calzado. El tiempo promedio de funcionamiento de una empresa comercial en el cantón San Gabriel es de 15 años. Finalmente, la parroquia donde se ubican los locales en mayor proporción es San Gabriel con 76%. Luego, el 20% se ubica en San José, seguido de González Suárez con 3% y, por último, Cristóbal Colón con 0.3%.

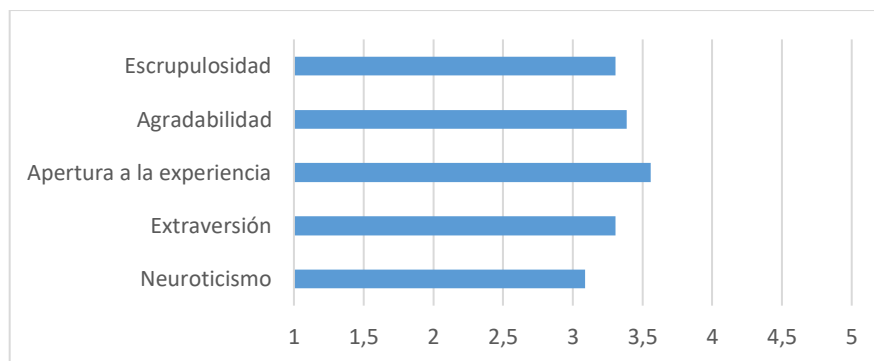


Figura 1. Personalidad del emprendedor

Se observa que el rasgo con mayor puntuación entre los emprendedores es la Apertura a la experiencia (3,4/5). Este hallazgo sugiere una tendencia hacia la creatividad, la innovación y la disposición al cambio, rasgos clave para adaptarse a las exigencias del entorno comercial, lo cual coincide con lo planteado por Goldberg, quien destaca que individuos con alta apertura tienden a buscar nuevas

oportunidades, elemento fundamental para el éxito en emprendimientos dinámicos como los del sector de ropa y calzado.

Los puntajes de Escrupulosidad, Amabilidad y Extraversión se ubican en un rango medio (alrededor de 3,2), lo que indica una presencia moderada de organización, cooperación y habilidades sociales. La teoría sostiene que la escrupulosidad se relaciona fuertemente con el desempeño laboral y financiero por su vínculo con la planificación y la disciplina, lo cual podría explicar un nivel estable de resultados financieros, aunque no necesariamente excepcionales.

Por último, el Neuroticismo presenta la puntuación más baja (3), lo cual es favorable, ya que niveles bajos en este rasgo indican mayor estabilidad emocional y capacidad para manejar el estrés, aspecto relevante en contextos comerciales competitivos.

a. Neuroticismo

Tabla 3. Valores de personalidad: Neuroticismo

Dimensión	Media	Desv. Desviación
Se preocupa mucho	3.04	1.123
Se pone nervioso/a con facilidad	2.87	0.978
Mantiene la calma en situaciones tensas	3.36	1,057

La investigación de las empresas comerciales de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel, provincia del Carchi, Ecuador específicamente en los sectores de San José, Gonzales Suárez y Cristóbal Colón se identificó que el rasgo de personalidad menos representativo entre los emprendedores es el Neuroticismo.

Este hallazgo se interpreta a partir del modelo de los cinco grandes factores de personalidad (Big Five), propuesto por Costa y McCrae (1992), donde el Neuroticismo se asocia con la inestabilidad emocional, la ansiedad, la irritabilidad y la tendencia a experimentar emociones negativas. En contraste, puntuaciones bajas en este rasgo denotan personas emocionalmente estables, tranquilas y con buena capacidad para afrontar el estrés.

A pesar de los valores bajos observados en la Tabla 7 para este rasgo, los datos revelan una tendencia clara hacia la estabilidad emocional. Por ejemplo, en el ítem "mantiene la calma en situaciones tensas", tanto la mediana como la moda alcanzan un valor de 4, lo que indica que los emprendedores tienden a estar de acuerdo con esta afirmación. Esto indica que son capaces de conservar la serenidad

en contextos desafiantes o de alta presión, una característica valiosa para la toma de decisiones empresariales.

En relación con la afirmación "se preocupa mucho", los resultados muestran una postura neutral, ya que la mediana es de 3 y la moda de 2, evidenciando una leve inclinación hacia el desacuerdo. Finalmente, en cuanto al ítem "se pone nervioso con facilidad", la mayoría de los encuestados manifestó estar en desacuerdo, reforzando la idea de que los emprendedores de San Gabriel tienden a presentar un perfil emocionalmente equilibrado.

b. Extraversión

Tabla 4. Valores de personalidad: Extraversión

Dimensión	Media	Desv. Desviación
Es hablador	2.88	1.034
Es extrovertido/a, sociable	3.49	1.035
Es reservado/a	3.55	1.087

El rasgo de personalidad con el cual se identifican en tercer lugar los emprendedores de las empresas comerciales de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel, provincia del Carchi, Ecuador, es la Extraversión, según los promedios presentados en la tabla 5. La mediana y la moda obtenidas para este rasgo son de 4, lo que indica que la mayoría de los encuestados tienden a estar de acuerdo en percibirse como personas sociables y extrovertidas. Sin embargo, este rasgo presenta la desviación estándar más alta (1.087), lo cual evidencia una mayor dispersión en las respuestas. Es decir, aunque existe una tendencia hacia la extraversión, también hay una proporción significativa de emprendedores que se identifican como personas reservadas. Asimismo, al analizar la media junto con una moda de 2 en otro ítem relacionado, se observa que varios participantes no se perciben como personas habladoras, lo que sugiere cierta ambivalencia o diversidad en la expresión de este rasgo entre los encuestados.

c. Apertura a la experiencia

La personalidad puede definirse como el conjunto de características psicológicas y cualidades que distinguen a un individuo (Seelbach, 2013). En el marco de la investigación realizada sobre las empresas comerciales de ropa y calzado en la ciudad de San Gabriel, provincia del Carchi - Ecuador, se llevó a cabo un análisis estadístico utilizando SPSS, mediante la aplicación de promedios y desviaciones

estándar. Los resultados obtenidos evidenciaron que la mayoría de los emprendedores presentan una marcada inclinación hacia el rasgo de Apertura a la experiencia. Este rasgo se asocia con la disposición de las personas a probar nuevas ideas, su capacidad para enfrentarse a los acontecimientos cotidianos con una actitud flexible y creativa, y su tendencia a imaginar posibilidades más allá de lo convencional (Ventura, 2023).

Tabla 5. Valores de personalidad: Apertura a la experiencia

Dimensión	Media	Desv. Desviación
Es original se le ocurren nuevas ideas	3.56	0.997
Valora las experiencias artísticas, estéticas	3.52	1.097
Tiene una imaginación activa	3.60	1.039

En relación con el análisis del rasgo de neuroticismo dentro del perfil de personalidad de los emprendedores, los resultados obtenidos permiten identificar una tendencia clara entre los encuestados. Específicamente, el 60,2% de los emprendedores (correspondientes a 5 respuestas de "totalmente en desacuerdo", 134 de "en desacuerdo" y 42 de "ni de acuerdo ni en desacuerdo") mostraron una postura contraria o neutral frente a afirmaciones asociadas con una alta preocupación constante, ansiedad o inestabilidad emocional. En contraste, solo el 39,8% de los participantes (85 "de acuerdo" y 35 "totalmente de acuerdo") se identificaron con estos indicadores de neuroticismo.

Este patrón de respuestas permite concluir que la mayoría de los emprendedores de empresas comerciales de ropa y calzado en San Gabriel, provincia del Carchi, Ecuador, no presentan altos niveles de neuroticismo. Este hallazgo es relevante desde el enfoque de la psicología de la personalidad emprendedora, ya que niveles bajos de neuroticismo se asocian con una mayor estabilidad emocional, una menor susceptibilidad al estrés y una mejor capacidad para adaptarse a contextos de incertidumbre, características propias del entorno emprendedor.

En este sentido, los resultados sugieren que los emprendedores de San Gabriel poseen un perfil psicológico favorable para el desarrollo sostenible de sus negocios, al contar con un bajo nivel de neuroticismo. Este elemento, en interacción con otros rasgos de personalidad como la responsabilidad, la apertura a la experiencia y la extroversión podría estar vinculado positivamente con el desempeño financiero observado en muchas de estas microempresas comerciales.

d. Agradabilidad

Tabla 6. Valores de personalidad: Agradabilidad

Dimensión	Media	Desv. Desviación
A veces es grosero/a con los demás	2.87	1.106
Tiene una naturaleza indulgente	3.58	1.025
Es considerado/a y amable con casi todo el mundo	3.70	1.050

El rasgo de personalidad que ocupa el segundo lugar entre los emprendedores del sector comercial de ropa y calzado en la ciudad de San Gabriel, es la agradabilidad, conforme a los promedios obtenidos en los ítems correspondientes. Este rasgo se manifiesta, en primer lugar, a través de una disposición general a ser considerados y amables con casi todas las personas, lo cual obtuvo altos valores promedio en las respuestas. En segundo lugar, los emprendedores demostraron tener una naturaleza indulgente, ya que tanto la mediana como la moda de las respuestas alcanzaron un valor de 4, indicando un acuerdo generalizado con esta característica personal.

Por el contrario, el ítem que recibió la valoración más baja dentro de este rasgo fue "a veces es grosero/a con los demás", que presentó una desviación estándar de 1.10, lo cual refleja una mayor dispersión de las respuestas en torno a la media. Por lo, tanto la mediana como la moda muestran que los emprendedores tienden a estar en desacuerdo con esta afirmación, lo que refuerza la idea de que la mayoría no se identifica con comportamientos groseros o poco amables.

e. Escrupulosidad

Tabla 7. Valores de personalidad: Escrupulosidad

Dimensión	Media	Desv. Desviación
Hace un trabajo minucioso	3.62	1.011
Tiende a ser perezoso/a	1.011	1.075
Hace las cosas de manera eficiente	2.67	0.981

Se determinó que el rasgo de personalidad que, aunque de forma ligera, predomina entre los emprendedores de las empresas comerciales de ropa y calzado es la escrupulosidad. Este hallazgo se sustenta en los resultados de la Tabla 6, donde tanto la mediana como la moda alcanzan un valor de 4. Dichos indicadores sugieren que la mayoría de los emprendedores se distinguen por realizar su trabajo de manera minuciosa y eficiente.

Respecto a la afirmación “Tender a ser perezoso/a”, la moda fue de 3, lo que refleja una postura neutral entre los encuestados. Es decir, los emprendedores no manifiestan una tendencia clara a estar de acuerdo o en desacuerdo con esta afirmación. No obstante, también se evidencia una dispersión considerable en los datos relacionados con este rasgo, lo cual indica una variabilidad notable en las percepciones individuales.

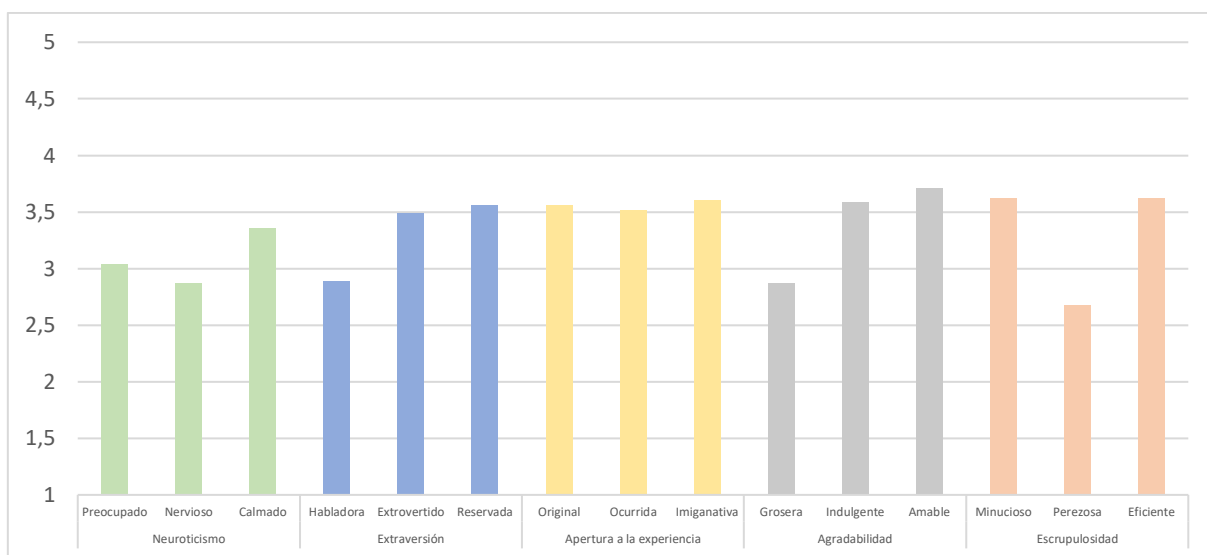


figura 2. Dimensiones de la personalidad del emprendedor

Los resultados indican puntuaciones elevadas en los rasgos positivos de esta dimensión: eficiente (3.6) y minucioso (3.5), en contraste con una baja puntuación en el rasgo negativo perezosa (2.6). Esta dimensión, vinculada con la autodisciplina, la organización y el sentido del deber, demuestra ser un predictor importante del rendimiento laboral y empresarial (Goldberg, 1990; Barrick & Mount, 1991). En este estudio, la alta escrupulosidad sugiere que los emprendedores gestionan sus negocios con responsabilidad y planificación, lo que se asocia positivamente con un buen desempeño financiero. Así, se confirma la relación positiva entre esta dimensión y el éxito empresarial, en concordancia con estudios previos.

En cuanto a agradabilidad, los emprendedores se califican como amables (3.6) e indulgentes (3.5), y con baja puntuación en grosera (2.8). La agradabilidad refleja la calidad de las relaciones interpersonales, incluyendo la empatía y la cooperación. De acuerdo con Goldberg (1990), altos niveles en esta dimensión favorecen relaciones laborales sanas y entornos de trabajo armoniosos. En el contexto del comercio de ropa y calzado, donde el trato al cliente es esencial, esta dimensión puede impactar indirectamente en el desempeño financiero. Por tanto, existe una

relación moderadamente positiva entre agradabilidad y resultados financieros, especialmente en sectores que dependen del contacto directo con el cliente.

Los valores en apertura a la experiencia son consistentes y relativamente altos: imaginativa (3.5), ocurrente (3.5) y original (3.5). Esta dimensión refleja creatividad, curiosidad intelectual y disposición al cambio, factores clave en el entorno dinámico del comercio. Según Goldberg (1990), los individuos con alta apertura a la experiencia tienden a ser más innovadores y adaptativos, habilidades cruciales para competir en mercados cambiantes. En este estudio, se observa una clara correspondencia entre este rasgo y la implementación de nuevas estrategias comerciales y de marketing, lo que podría estar facilitando una mejor adaptación al entorno y, por ende, mejores resultados financieros.

En extraversión, los emprendedores se describen como reservados (3.5) y extrovertidos (3.4), con una ligera disminución en habladora (2.9). La extraversión implica energía, sociabilidad y entusiasmo, cualidades útiles en la gestión de ventas y relaciones públicas. Si bien los valores no son extremos, se puede interpretar una tendencia hacia una extraversión moderada, según la teoría de Goldberg (1990), puede facilitar la conexión con los clientes y proveedores. Aunque esta dimensión no muestra una relación directa tan fuerte como la escrupulosidad, sí parece influir positivamente en el desempeño financiero en contextos donde la interacción humana es relevante.

El neuroticismo se mide con los rasgos calmado (3.3), nervioso (2.9) y preocupado (3.1), mostrando un perfil emocionalmente estable con leves indicios de ansiedad. El neuroticismo se relaciona con la inestabilidad emocional y la dificultad para manejar el estrés, lo cual puede perjudicar la toma de decisiones. Los resultados indican que los emprendedores presentan niveles moderados, si bien no genera una desventaja directa, tampoco constituye una fortaleza notable. Goldberg (1990) sostiene que niveles bajos de neuroticismo (es decir, mayor estabilidad emocional) están relacionados con un mejor desempeño en contextos laborales. En este sentido, los resultados sugieren que los emprendedores tienen un manejo emocional relativamente adecuado, con un impacto neutro o levemente positivo en el rendimiento financiero.

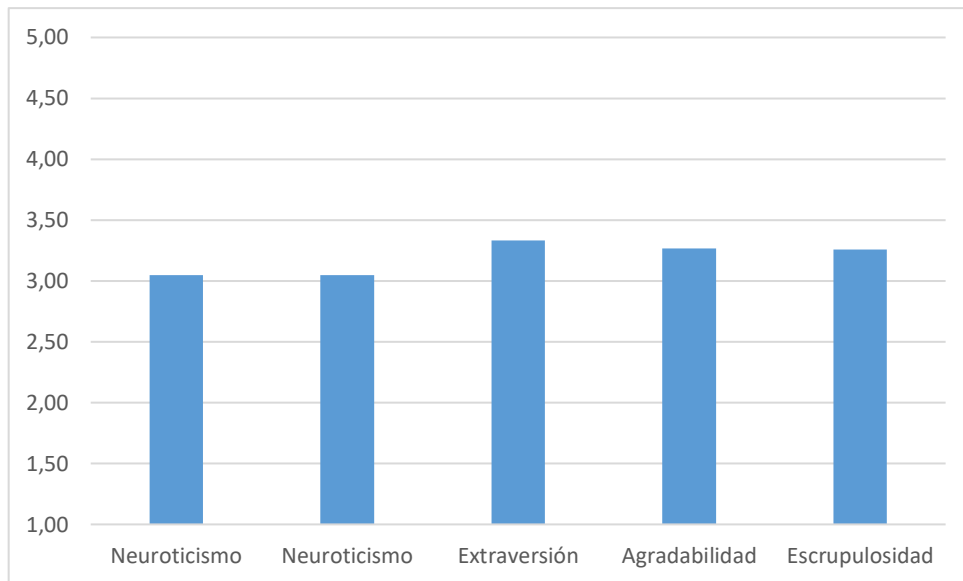


Figura 3. Personalidad de los comerciantes de calzado

La gráfica muestra que los puntajes más elevados corresponden a las dimensiones de Extraversión (3,36), Amabilidad (3,27) y Escrupulosidad (3,26), mientras que el Neuroticismo aparece repetido con un valor medio de 3,05.

Según Goldberg (1990), altos niveles de Extraversión se asocian con individuos enérgicos, sociables y optimistas, puede favorecer las relaciones comerciales y la captación de clientes, aspectos clave en el sector calzado. La Amabilidad, vinculada a la cooperación y la empatía, también es un rasgo favorable, ya que promueve un buen clima laboral y fidelización de clientes. La Escrupulosidad, relacionada con la organización y el cumplimiento de metas, se asocia positivamente con el desempeño empresarial, dado que emprendedores meticulosos tienden a una mejor gestión de recursos.

Por otro lado, el Neuroticismo, que se relaciona con la inestabilidad emocional, aparece en niveles moderados, lo cual podría limitar su impacto negativo. No obstante, la duplicación de este rasgo en la gráfica sugiere una posible inconsistencia en el tratamiento de datos que debe ser revisada.

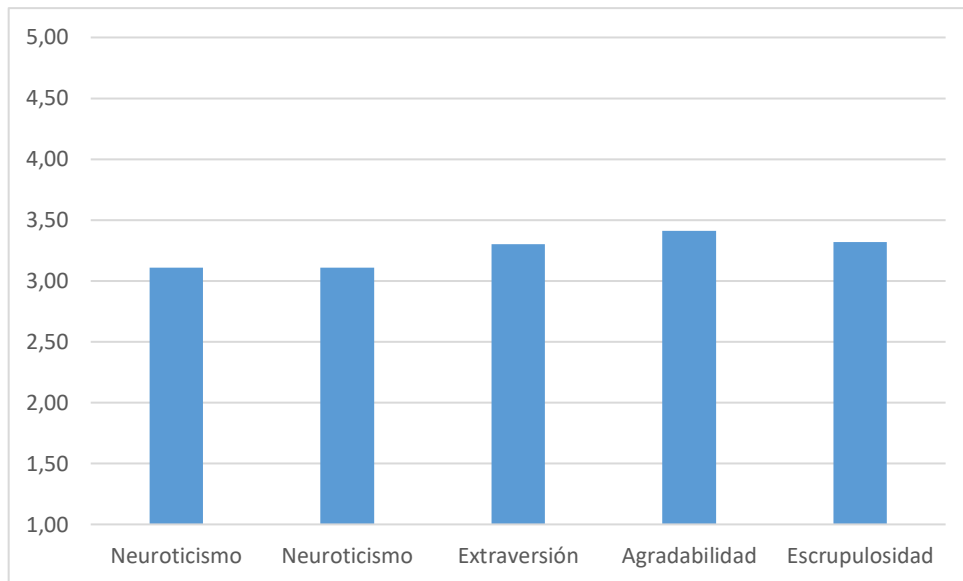


Figura 4. Personalidad de comerciante de topa

La gráfica evidencia que los niveles más altos corresponden a Agradabilidad (3.45) y Extraversión (3.33), seguidos por Escrupulosidad (3.30), mientras que el Neuroticismo presenta una media más baja (3.10). Según la teoría de Goldberg (1990), la Agradabilidad está asociada con la cooperación y el interés por los demás, lo cual puede favorecer relaciones comerciales sólidas, especialmente en sectores como el de la ropa, donde el trato con el cliente es esencial. Asimismo, la Extraversión, caracterizada por la sociabilidad y la energía, es coherente con el dinamismo necesario para enfrentar los retos del comercio. Estos rasgos se vinculan positivamente con el desempeño emprendedor (Zhao & Seibert, 2006).

Por otro lado, la Escrupulosidad, que refleja responsabilidad y organización, aunque no fue el rasgo más alto, también guarda relación con un manejo eficaz del negocio, lo que puede impactar en una mejor planificación financiera. En contraste, el Neuroticismo, asociado a inestabilidad emocional, se relaciona negativamente con el éxito emprendedor, lo que es congruente con su menor puntuación en el estudio.

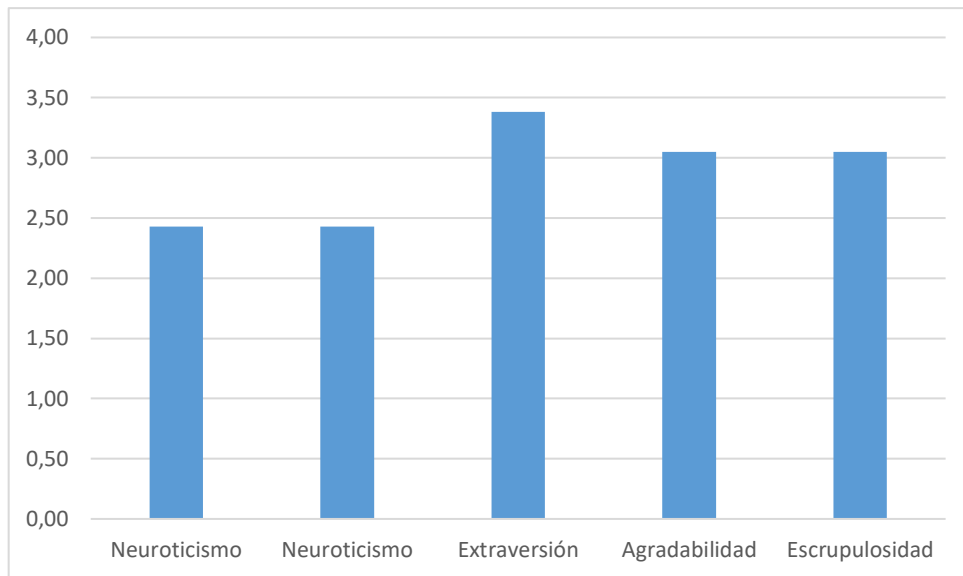


Figura 5. Personalidad de los comerciantes de ropa y calzado

La gráfica presentada revela que los emprendedores del sector muestran puntajes más altos en extraversión (3,4), agradabilidad (3,0) y escrupulosidad (3,0), mientras que el neuroticismo se presenta con valores menores (2,4). Según la teoría de Goldberg (1990), la extraversión está asociada con cualidades como sociabilidad, asertividad y dinamismo, características esenciales en actividades comerciales que requieren interacción constante con clientes y proveedores. Los altos niveles de extraversión observados respaldan esta idea y sugieren una relación positiva con el desempeño financiero, especialmente en un sector donde el trato directo influye en la fidelización del cliente.

Por otro lado, la escrupulosidad, relacionada con la organización, responsabilidad y orientación al logro, también muestra una puntuación elevada. Esto coincide con la teoría de los cinco grandes, donde se asocia este rasgo con comportamientos planificados y persistentes, fundamentales en la gestión empresarial eficiente. La baja puntuación en neuroticismo, vinculado con inestabilidad emocional, es coherente con un mejor desempeño, ya que los emprendedores emocionalmente estables pueden afrontar mejor el riesgo y la incertidumbre del entorno comercial (Goldberg, 1990).

4.1.2. Desempeño financiero de las empresas del sector

Para conocer la percepción del desempeño financiero de las empresas comerciales de ropa y calzado en la ciudad de San Gabriel, se realizó un análisis estadístico utilizando IBM SPSS. Este análisis se basó en las dimensiones propuestas por Bigliardi

(2013), que incluyen: el retorno de la inversión, los costos operativos, la productividad, la participación de mercado, el crecimiento de las ventas y el rendimiento de los activos frente a sus competidores.

El levantamiento de información se enfocó en los sectores comerciales ubicados en los barrios San José, González Suárez y Cristóbal Colón, que pertenecen al cantón Montúfar, al cual corresponde la ciudad de San Gabriel.

A partir del procesamiento estadístico, los resultados obtenidos mediante los valores de la media y la desviación estándar permitieron identificar que, según la percepción de los emprendedores, sus negocios presentan una mayor productividad en comparación con sus competidores directos. Esta percepción evidencia una fortaleza relativa en términos de eficiencia operativa y gestión de recursos.

De acuerdo con Carro y González (2012), la productividad es un indicador clave del desempeño financiero, pues refleja la relación entre los productos generados por un sistema económico y los recursos utilizados para su producción. En este sentido, la productividad permite evaluar la capacidad de una empresa para optimizar el uso de sus insumos en beneficio de su rendimiento global.

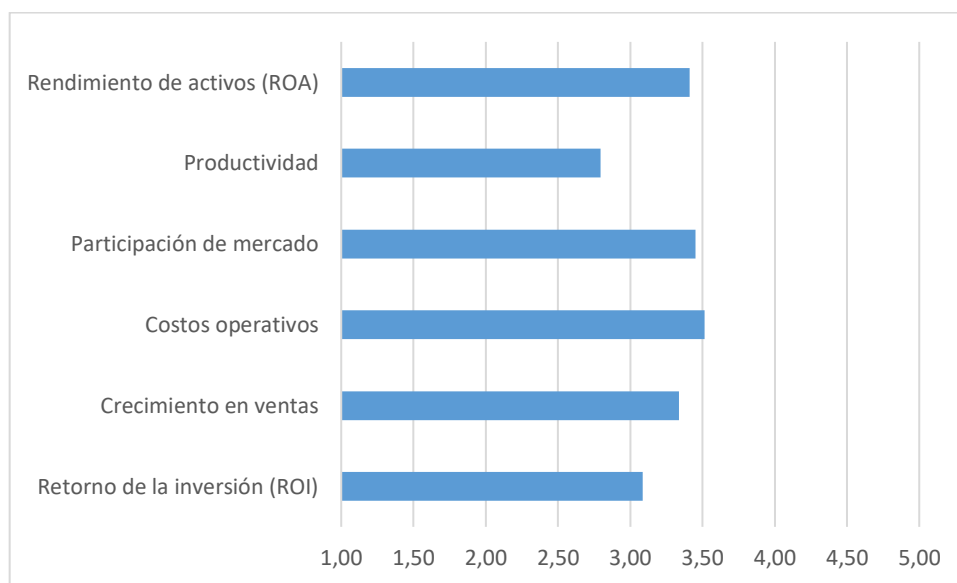


Figura 6. Percepción del desempeño financiero

Los resultados revelan niveles intermedios de rendimiento en todos los indicadores, destacando el mayor puntaje en costos operativos (3,5) y el menor en productividad (2,8). Según Bigliardi (2013), la personalidad del emprendedor influye significativamente en el desempeño empresarial, destacando que características

como la apertura al cambio, la proactividad y la orientación a resultados están estrechamente relacionadas con un mayor rendimiento financiero.

Comparando estos hallazgos, se observa una concordancia parcial. Por ejemplo, el retorno sobre activos (ROA) y el retorno de la inversión (ROI), ambos con puntuaciones cercanas a 3,3, reflejan un desempeño moderado, podría estar asociado a emprendedores con niveles medios de orientación estratégica y gestión eficiente. No obstante, la baja productividad indica una posible carencia en habilidades de liderazgo o gestión del tiempo, lo que puede ser reflejo de personalidades menos estructuradas o con menor orientación al logro.

Asimismo, la participación de mercado (3,4) y el crecimiento en ventas (3,3) sugieren una actitud emprendedora favorable hacia la innovación y la competitividad, coincidiendo con la idea de que la personalidad proactiva impulsa la búsqueda de oportunidades de mercado.

a. Desempeño productividad

Tabla 8. Valores de la percepción desempeño financiero: Productividad

Dimensión	Media	Desv. Desviación
La productividad de su organización en relación con sus competidores	3.36	0.989

Desde la percepción de los emprendedores de las empresas comerciales de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel, en la provincia del Carchi, la variable Productividad obtuvo un promedio de 3.36, con una desviación estándar de 0.989. Este valor de dispersión indica que existe una mayor variabilidad en las respuestas relacionadas con la productividad en comparación con otros indicadores evaluados en la investigación, lo que sugiere diferentes niveles de percepción y experiencia entre los emprendedores respecto a este aspecto. La mediana y la moda, que representan la posición central y el valor más frecuente de la distribución, respectivamente coinciden en un valor de 3. Esto refleja que el punto medio en la distribución de datos ordenados coincide con el valor que más se repite, lo que evidencia una concentración significativa de respuestas alrededor de este nivel. Dichos resultados aportan un panorama importante para comprender cómo los emprendedores valoran la productividad dentro del contexto local, destacando posibles áreas de mejora y la heterogeneidad en la percepción de su desempeño.

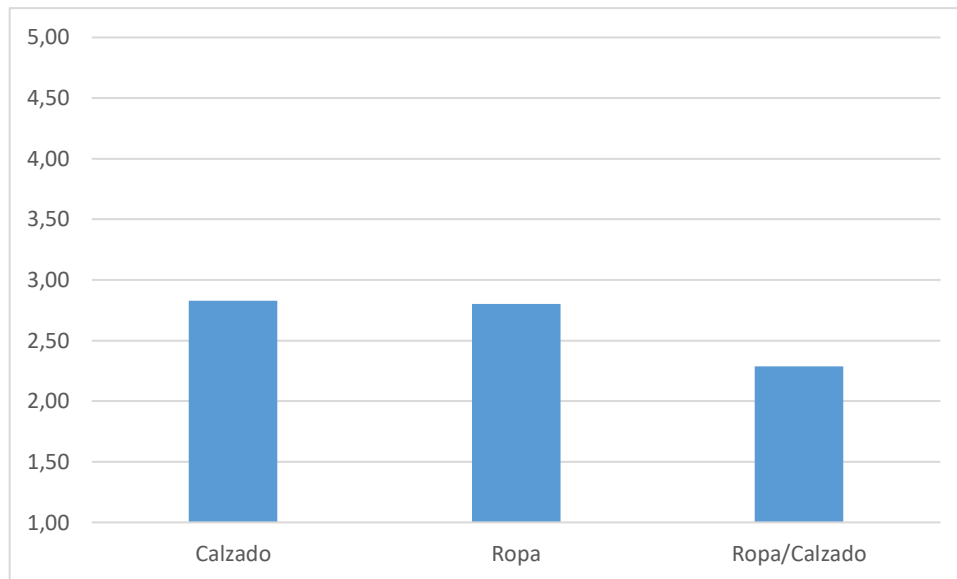


Figura 7. Percepción sobre la productividad

La gráfica evidencia que tanto las empresas dedicadas exclusivamente a calzado como a ropa presentan niveles similares de productividad (2,8), mientras que aquellas que combinan ambas líneas (ropa/calzado) muestran un valor inferior (2,3).

Según la teoría de Barbara Bigliardi (2013), las características de la personalidad del emprendedor, como la apertura al cambio, la innovación y la orientación a la eficiencia, influyen directamente en la capacidad de generar valor a través de la mejora continua y el uso eficiente de recursos. En este sentido, la menor productividad observada en las empresas mixtas podría estar relacionada con una menor claridad estratégica o una personalidad emprendedora con limitaciones en la gestión simultánea de múltiples líneas de producto, lo cual conlleva a una dispersión de esfuerzos y dificultades en la especialización.

Por el contrario, los emprendedores enfocados en un solo tipo de producto parecen beneficiarse de un enfoque más claro, lo cual favorece la eficiencia operativa, en concordancia con lo planteado por Barbara Bigliardi (2013), quien sostiene que la innovación y la estructura organizacional clara permiten un mejor rendimiento.

b. Indicadores de rentabilidad

Tabla 9. Valores de la percepción desempeño financiero: Rendimiento de los activos

Dimensión	Media	Desv. Desviación
Rendimientos de los activos ROA de su organización en relación con sus competidores	3.30	0.910

De acuerdo con Gitman y Zutter (2012), el rendimiento sobre los activos (ROA) es un indicador financiero que mide el logro de los objetivos de la administración para generar beneficios a partir de los activos disponibles. En el contexto de las empresas comerciales de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel, provincia del Carchi, Ecuador, los emprendedores también consideran que el ROA es el segundo indicador más relevante para evaluar su desempeño frente a la competencia, según el valor promedio presentado en la tabla 9.

Sin embargo, al analizar la mediana y la moda, ambas con un valor de 3, se observa que los emprendedores tienden a percibir que su desempeño en este indicador es equivalente al de la competencia. Además, la dispersión de las respuestas, reflejada en la desviación estándar previamente mencionada, indica una variabilidad considerable en la percepción del ROA entre los emprendedores.

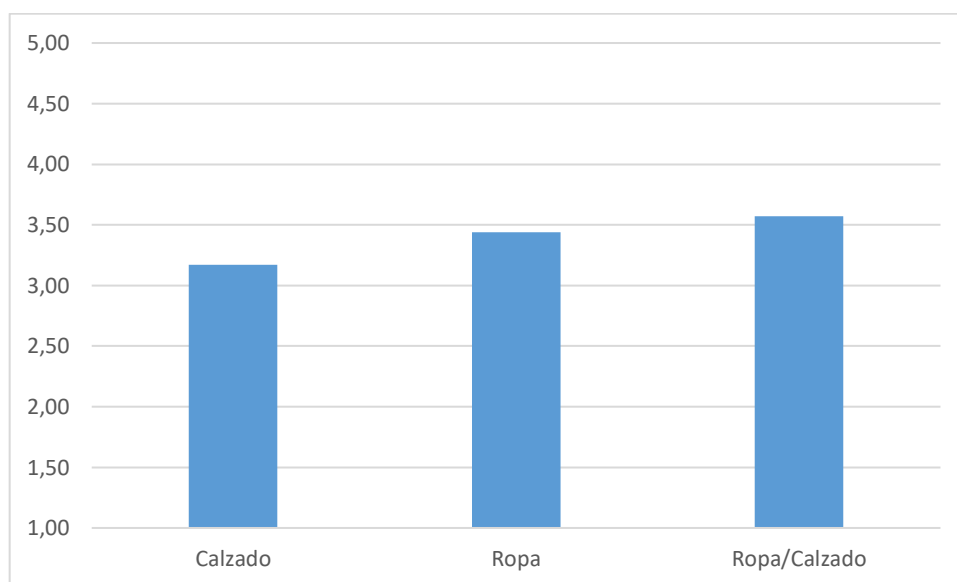


Figura 8. Percepción sobre el rendimiento de activos (ROA)

En el análisis se observa una tendencia favorable en las empresas mixtas (ropa/calzado), que presentan un ROA de aproximadamente 3,5, superior al de los sectores individuales: calzado (3,2) y ropa (3,4). Este comportamiento puede interpretarse según Barbara Bigliardi (2013), quien plantea que las características de personalidad del emprendedor como la innovación, la propensión al riesgo y la orientación a resultados tienen una influencia directa sobre el desempeño financiero de las empresas, especialmente en sectores dinámicos como el comercio minorista.

Según Barbara Bigliardi (2013), emprendedores con mayor orientación innovadora tienden a implementar estrategias más diversificadas, lo cual podría explicar el mayor

ROA en empresas que combinan la oferta de ropa y calzado. Esta diversificación permite una mejor utilización de los activos y una mayor resiliencia ante fluctuaciones del mercado. Por otro lado, los sectores individuales podrían estar limitados en su capacidad de adaptación y aprovechamiento de economías de escala, lo que se refleja en un rendimiento ligeramente menor.

c. Retorno de la inversión (ROI)

Tabla 10. Percepción sobre el retorno de la inversión

Dimensión	Media	Desv. Desviación
El retorno de la inversión ROI de su organización en relación con sus competidores	3.27	0.930

El ROI es un indicador financiero clave para evaluar el desempeño económico de una empresa, pues mide la rentabilidad que se obtiene en relación con la inversión realizada. Según Vergara, Álvarez y Serna (2021), el ROI tiene como finalidad principal analizar el logro de los objetivos de la inversión para producir utilidades, lo que lo convierte en un parámetro esencial para la toma de decisiones estratégicas dentro de las empresas.

En el contexto de las empresas comerciales de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel, el análisis del ROI desde la perspectiva de los emprendedores revela una percepción interesante y dinámica. Los emprendedores tienden a posicionar el ROI como el tercer indicador en el cual se perciben mejor que sus competidores, presentando una media de 3.27 en una escala Likert, lo que indica una tendencia moderadamente favorable. Sin embargo, el valor de la mediana, que se ubica en 3, sugiere que un número considerable de emprendedores consideran que su desempeño en términos de retorno sobre la inversión es similar al de sus competidores. Este resultado se complementa con la moda, que es 4, confirmando que existe un grupo significativo que se percibe con un desempeño superior.

Estos hallazgos reflejan una variabilidad en la percepción del ROI, lo cual puede interpretarse como una fluctuación en los beneficios obtenidos por las inversiones realizadas. Esta variabilidad es coherente con la naturaleza del mercado local y las condiciones económicas específicas de la provincia del Carchi, donde factores como la competencia, la demanda fluctuante y el acceso a recursos financieros pueden influir en la rentabilidad empresarial.

Tabla 11. Percepción sobre costos operativos

Dimensión	Media	Desv. Desviación
Los costos operativos totales de su organización en relación con sus competidores	3.26	0.901

La media obtenida fue de 3.26 en una escala de Likert del 1 al 5, lo que indica una percepción moderada; es decir, los emprendedores consideran que sus costos no son ni muy bajos ni excesivamente altos. La desviación estándar de 0.901 refleja una dispersión moderada en las respuestas, lo cual sugiere diferencias en la forma en que cada emprendedor gestiona y percibe sus costos, posiblemente influenciadas por factores como la experiencia, el acceso a proveedores o las habilidades administrativas.

Esta percepción puede estar relacionada con ciertos rasgos de personalidad emprendedora, como la planificación, el control y la capacidad para tomar decisiones estratégicas. Emprendedores con mayor organización y responsabilidad podrían manejar mejor sus costos, lo que se reflejaría en percepciones más favorables. Los resultados respaldan la idea de que la personalidad del emprendedor incide en aspectos clave del desempeño financiero, como la gestión de costos operativos. Comprender estas percepciones ayuda a identificar áreas de mejora para fortalecer la eficiencia y la competitividad en el sector comercial de ropa y calzado en San Gabriel.

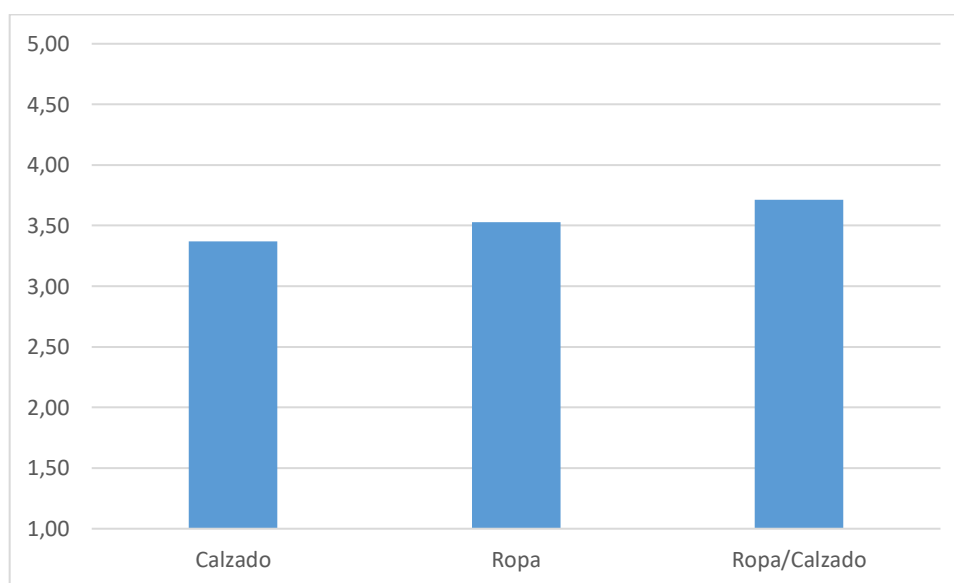


Figura 9. Percepción sobre costos operativos

El costo operativo se refiere al conjunto de gastos que comprende la adquisición de materiales y componentes, así como el esfuerzo requerido en la ejecución de procesos y actividades necesarias para la obtención de un producto, ya sea tangible o intangible (Vergara y Serna, 2021).

En el caso de las empresas comerciales de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel, el desempeño relacionado con los costos operativos es el cuarto aspecto con el que los emprendedores se identifican en mayor medida en comparación con la competencia. Este indicador presenta un promedio de 3,26 y una desviación estándar de 0,90. Los resultados obtenidos indican que los emprendedores perciben que sus costos operativos son similares a los de sus competidores, dado que tanto la mediana como la moda registran un valor de 3, lo que refuerza la percepción de igualdad en este componente del desempeño financiero.

d. Indicadores de crecimiento.

Tabla 12. Valores de la percepción desempeño financiero: Participación de mercado

Dimensión	Media	Desv. Desviación
La participación del mercado de su organización en relación con sus competidores	3.23	0.936

La media obtenida fue de 3.23 en una escala de Likert de 1 a 5, lo que indica una percepción intermedia: los emprendedores consideran que su participación de mercado es aceptable, aunque no necesariamente superior a la de sus competidores. La desviación estándar de 0.936 refleja una variabilidad moderada en las respuestas, lo que sugiere que no todos los emprendedores comparten la misma percepción, posiblemente por diferencias en su posicionamiento comercial, estrategias de ventas o fidelización de clientes.

Este resultado se relaciona con la variable dependiente del estudio, el desempeño financiero, específicamente desde la perspectiva de competitividad en el mercado. Puede estar influenciado por rasgos de personalidad como la proactividad, la confianza en sí mismo o la capacidad para asumir riesgos, los cuales podrían permitir a ciertos emprendedores captar mayores cuotas de mercado. La percepción de una participación de mercado media resalta la necesidad de fortalecer habilidades

emprendedoras para mejorar la presencia competitiva en el sector comercial de ropa y calzado en San Gabriel.

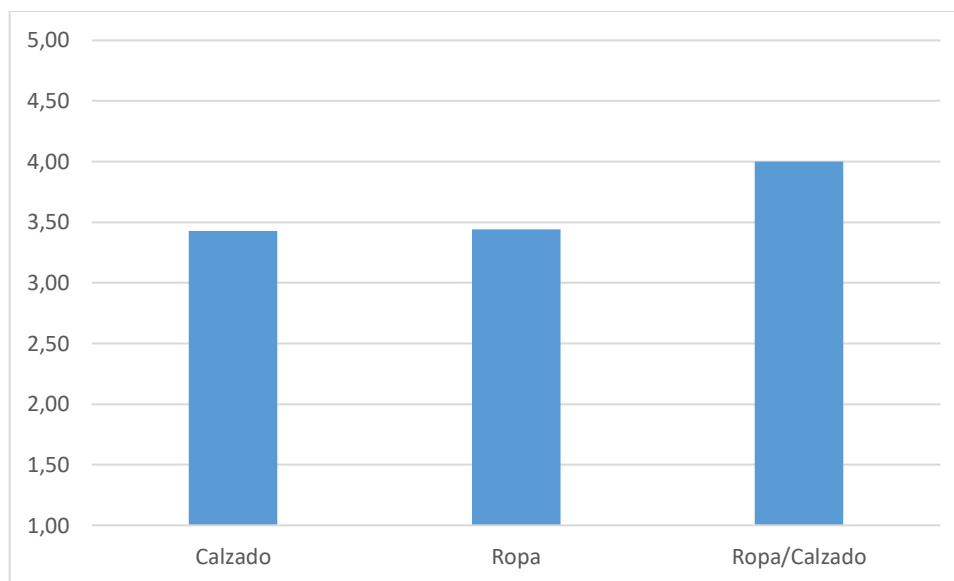


Figura 10. Percepción sobre la participación del mercado

La participación de mercado es un indicador clave de competitividad, definido como “un índice que nos indica qué tan bien nos estamos desempeñando en el mercado con relación a nuestros competidores” (Alvarado, 2019). En el cuanto a las empresas comerciales de ropa y calzado ubicadas en la ciudad de San Gabriel, específicamente en sectores representativos como San José, González Suárez y Cristóbal Colón los emprendedores manifiestan que la dimensión en la que se perciben ligeramente mejor posicionados respecto a sus competidores es precisamente la participación de mercado. Esta percepción se refleja en una media de 3.23, con una mediana y moda de 3, lo que indica que, en términos generales, consideran estar en igualdad de condiciones con la competencia. No obstante, la desviación estándar obtenida es considerable, lo que evidencia una dispersión notable en las respuestas; es decir, existe una baja concentración de los datos respecto a la media, lo que sugiere una percepción heterogénea entre los emprendedores sobre este aspecto competitivo.

Tabla 13. Percepción sobre el crecimiento de ventas

Dimensión	Media	Desv. Desviación
El crecimiento de las ventas de su organización en relación con sus competidores	3.17	0.874

La media obtenida fue de 3.17 en una escala de Likert de 1 a 5, lo cual indica una percepción ligeramente por debajo del punto medio. Esto sugiere que los emprendedores consideran que el crecimiento de sus ventas es limitado o que apenas se encuentra en niveles similares a los de otras empresas del sector. La desviación estándar de 0.874 muestra una variabilidad moderada en las respuestas, lo que revela diferencias en las experiencias individuales respecto al crecimiento comercial.

Estos resultados son relevantes para la variable dependiente del estudio, el desempeño financiero, ya que el crecimiento de ventas es un indicador clave de sostenibilidad y competitividad. Puede estar relacionado con aspectos de la personalidad emprendedora como la innovación, la perseverancia o la orientación al logro, los cuales influyen directamente en la capacidad para identificar oportunidades de venta y adaptarse al mercado. Esta percepción evidencia la necesidad de fortalecer competencias emprendedoras que impulsen un mayor dinamismo en las ventas y mejoren el posicionamiento del sector comercial de ropa y calzado en la ciudad de San Gabriel.

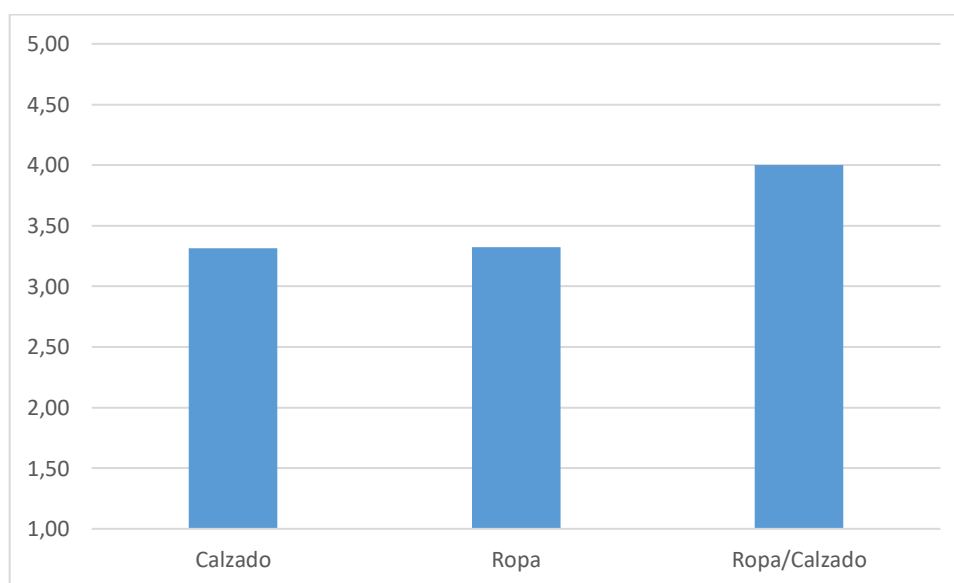


Figura 11. Percepción sobre el crecimiento en ventas

El crecimiento de las ventas, según Bernal (2010), consiste en la capacidad de atraer a nuevos clientes y generar un incremento porcentual en las ventas al comparar un periodo con el año anterior. En el caso de las empresas comerciales de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel, el crecimiento de las ventas es percibido por los emprendedores como el componente más débil dentro del desempeño financiero, con una media de 3,17 y una desviación estándar de 0,87. A pesar de

ubicarse cerca del valor medio esperado, esta percepción sugiere que los emprendedores consideran que su situación es similar a la de otros negocios del mismo sector.

La mediana y la moda, ambas con un valor de 3, refuerzan esta visión homogénea, indicando que la mayoría de los emprendedores tienden a evaluarse de forma comparable a sus competidores locales. Sin embargo, algunos manifiestan sentirse afectados por factores externos que limitan sus oportunidades de crecimiento, especialmente por las condiciones del entorno fronterizo. En San Gabriel, la cercanía con la frontera influye significativamente en las decisiones de compra de los consumidores, quienes con frecuencia optan por adquirir productos en la ciudad de Ipiales, Colombia, debido a diferencias de precio, disponibilidad o variedad.

Este comportamiento del consumidor impacta directamente en el rendimiento financiero de los negocios locales, limitando la posibilidad de aumentar sus ingresos mensuales. Además, los comerciantes coinciden en que los productos que ofrecen ropa y calzado no se adquieren de forma constante, sino principalmente en fechas especiales o cuando existe una necesidad concreta. En este sentido, el mes de noviembre ha sido identificado como uno de los periodos más favorables para las ventas, debido a la presencia de festividades locales y un mayor dinamismo comercial.

4.1.3. Relación entre los rasgos de personalidad del emprendedor y el desempeño financiero de las empresas de la ciudad de San Gabriel.

La correlación es una técnica estadística fundamental que permite medir el grado de relación entre dos variables. Su principal objetivo es identificar si, al cambiar una variable, la otra tiende a cambiar en la misma dirección (correlación positiva), en dirección opuesta (correlación negativa), o si no existe una relación significativa entre ellas (correlación cercana a cero). Esta herramienta es ampliamente utilizada en investigaciones de ciencias sociales, económicas y del comportamiento, ya que permite establecer patrones y relaciones que, aunque no implican causalidad directa, sí orientan la comprensión de fenómenos complejos (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

La medida más común de la correlación es el coeficiente de correlación de Spearman, el cual oscila entre -1 y +1. Un valor cercano a +1 indica una fuerte relación positiva, donde ambas variables aumentan juntas; un valor cercano a -1

refleja una fuerte relación negativa, donde una variable aumenta mientras la otra disminuye; y un valor próximo a 0 sugiere que no existe una relación lineal apreciable entre las variables (Sheskin, 2004)

Tabla 14. Relación entre los rasgos de personalidad del emprendedor y el desempeño financiero

Variable dependiente	Variable independiente				
	Neuroticismo	Extraversión	Apertura a la experiencia	Agradabilidad	Escrupulosidad
Retorno de la inversión (ROI)	0,028	-0,085	0,07	-0,038	0,044
Crecimiento en ventas	-0,006	-0,021	-0,053	-0,119	0,138
Costos operativos	0,041	0,025	-0,068	0,175	-0,044
Participación de mercado	-0,147	-0,05	-0,037	-0,124	-0,096
Productividad	0,016	0,058	0,029	0,057	0,083
Rendimiento de activos (ROA)	-0,027	0,093	0,014	0,07	0,014

En el presente estudio, se aplicó el análisis de correlación de Spearman de la personalidad del emprendedor y el desempeño financiero para examinar la relación entre los rasgos de personalidad del emprendedor y diversos indicadores de desempeño financiero en empresas comerciales de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel. La personalidad fue evaluada mediante el modelo de los Cinco Grandes (Goldberg, 1990), que considera cinco dimensiones: neuroticismo, extraversión, apertura a la experiencia, agradabilidad y escrupulosidad. Por su parte, el desempeño financiero se midió con indicadores como retorno de la inversión (ROI), crecimiento en ventas, costos operativos, participación de mercado, productividad y rendimiento sobre activos (ROA).

La aplicación del análisis de correlación de Spearman permitió identificar asociaciones significativas entre ciertas dimensiones de la personalidad y los resultados financieros de las empresas. Por ejemplo, el rasgo de escrupulosidad presentó una correlación positiva con el crecimiento en ventas (0,138), lo cual indica que, a mayor nivel de organización, disciplina y responsabilidad del emprendedor, existe una ligera tendencia a lograr un incremento en las ventas de su negocio.

En lo referente a la productividad se observó una correlación positiva baja (0,083) con la escurpulosidad, lo que sugiere que los emprendedores con hábitos ordenados y una orientación al cumplimiento de tareas tienden a gestionar sus recursos de manera más eficiente, por otro lado el retorno sobre la inversión ROI mostro una correlación aún más débil (0,044), con este mismo rasgo, lo cual indica que, aunque la influencia de la escurpulosidad en la recuperación del capital invertido es mínima, sigue existiendo una asociación favorable.

Lo cual sugiere que los emprendedores organizados, disciplinados y perseverantes tienden a obtener mejores resultados económicos. Esta conclusión es coherente con lo planteado por Bigliardi (2013), quien argumenta que la capacidad de planificación y el enfoque en objetivos son determinantes clave del éxito empresarial.

Por otro lado, la agradabilidad mostró correlaciones negativas destacadas con el crecimiento en ventas (-0,119) y la participación de mercado (-0,124), lo que podría indicar que los emprendedores excesivamente complacientes o centrados en mantener buenas relaciones interpersonales pueden enfrentar dificultades al tomar decisiones estratégicas o competitivas. Este hallazgo refuerza la idea de que, en contextos de competencia empresarial, el asertividad puede ser más beneficiosa que la complacencia (Goldberg, 1990).

El análisis de correlación también evidenció que el neuroticismo tiene una correlación negativa considerable con la participación de mercado (-0,147), lo que sugiere que los emprendedores emocionalmente inestables pueden tener menor capacidad para mantener una posición competitiva. Además, se observó una leve relación positiva entre el neuroticismo y los costos operativos (0,041), lo que podría reflejar una gestión menos eficiente. Este resultado coincide con la teoría de Bigliardi (2013), quien sostiene que los emprendedores con alta reactividad emocional pueden tomar decisiones impulsivas o desorganizadas, afectando negativamente el rendimiento de sus negocios.

4.2. DISCUSIÓN

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de San Gabriel, provincia del Carchi, Ecuador, una zona caracterizada por su intensa actividad comercial. En este contexto, el sector de la venta de ropa y calzado ha adquirido especial relevancia como una de las principales fuentes de ingresos para los pequeños y medianos emprendedores locales. Sin embargo, este sector enfrenta múltiples desafíos

derivados de la competencia informal, la inestabilidad económica regional y la migración del consumo hacia mercados cercanos, lo que impacta directamente en la sostenibilidad financiera de estos negocios.

Ante esta realidad, se consideró pertinente analizar cómo inciden los rasgos de personalidad del emprendedor en la gestión y desempeño de sus empresas. Para ello, el estudio tomó como población de referencia a los propietarios y administradores de empresas comerciales de ropa y calzado formalmente registradas en la base de datos del catastro patente municipal de Montúfar, con énfasis en su percepción sobre indicadores financieros clave y en su perfil psicológico medido a través del modelo Big Five. Esta aproximación permitió identificar vínculos relevantes entre las características personales del emprendedor y los resultados económicos de su actividad, aportando una visión integral del fenómeno emprendedor en entornos locales con alta presión competitiva.

Los resultados obtenidos en esta investigación permiten establecer una relación significativa, aunque débil, entre los rasgos de personalidad del emprendedor y el desempeño financiero de las empresas comerciales de ropa y calzado en San Gabriel. Esta relación, identificada mediante el coeficiente de correlación de Spearman ($r = -0.013$, $p = 0.011$), indica que, si bien existe un vínculo entre ambas variables, su intensidad es baja. Es decir, los rasgos de personalidad no son los únicos factores que explican el éxito financiero, pero sí forman parte del conjunto de elementos que inciden en la gestión empresarial.

Entre los cinco factores evaluados a través del modelo Big Five, los emprendedores destacaron especialmente en apertura a la experiencia, escrupulosidad y agradabilidad. Estos rasgos están asociados con características como la disposición al cambio, la responsabilidad en el trabajo, la eficiencia, la empatía y la capacidad para establecer relaciones interpersonales positivas. Estas cualidades favorecen la gestión de negocios en entornos competitivos, como el de San Gabriel, donde los comerciantes enfrentan retos constantes derivados de las dinámicas del mercado fronterizo.

Por otro lado, el rasgo menos representativo fue el neuroticismo, que sugiere que los emprendedores de este sector tienden a tener un adecuado manejo emocional. Esta estabilidad emocional se traduce en una mejor capacidad para afrontar la presión,

tomar decisiones en situaciones difíciles y adaptarse a escenarios cambiantes, lo cual es fundamental para la sostenibilidad de sus negocios.

En cuanto al desempeño financiero, los emprendedores manifestaron una percepción relativamente positiva en indicadores como la productividad, el rendimiento sobre activos (ROA) y el retorno sobre la inversión (ROI). Sin embargo, indicadores como el crecimiento de ventas y la participación en el mercado mostraron niveles más bajos, lo que revela limitaciones para expandirse o captar nuevos clientes. Estas percepciones pueden estar influenciadas por factores estructurales, como el impacto del comercio transfronterizo con Colombia, donde los consumidores locales optan frecuentemente por adquirir productos en Ipiales debido a diferencias de precio y variedad.

El análisis de la correlación entre rasgos de personalidad e indicadores financieros individuales mostró asociaciones poco consistentes y de baja magnitud. Por ejemplo, la escrupulosidad presentó una débil correlación positiva con el crecimiento en ventas, mientras que la agradabilidad evidenció una correlación negativa con la participación de mercado. Esto puede explicarse por el hecho de que, aunque estos rasgos contribuyen a ciertas habilidades blandas importantes para el emprendimiento, no siempre se traducen directamente en resultados financieros positivos.

En general, los hallazgos de este estudio respaldan lo planteado por la literatura previa: la personalidad del emprendedor influye en el desempeño del negocio, pero no actúa de manera aislada. Factores como la educación financiera, la experiencia previa, el acceso a recursos, el entorno económico y la capacidad para innovar también desempeñan un papel determinante. Por ello, si bien es valioso identificar los rasgos predominantes de personalidad, resulta igualmente necesario fortalecer las competencias técnicas y estratégicas de los emprendedores para lograr una mejora integral en su desempeño económico.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

El presente estudio permitió evidenciar que los rasgos de personalidad del emprendedor influyen, aunque de forma débil, en el desempeño financiero de las empresas de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel. A través de la aplicación del modelo de los Cinco Grandes Factores (Big Five), se identificó que los emprendedores obtuvieron mayores puntuaciones promedio en los rasgos de apertura a la experiencia (media = 4,10), responsabilidad (media = 4,03) y amabilidad (media = 3,95), en una escala de 1 a 5. Estos resultados reflejan una disposición hacia la creatividad, el orden, la responsabilidad y las relaciones interpersonales positivas.

En contraste, los rasgos de neuroticismo (media = 2,71) y extraversión (media = 3,42) presentaron valores relativamente más bajos, lo que podría indicar una menor estabilidad emocional y menor tendencia a la sociabilidad activa en algunos casos.

Respecto al desempeño financiero percibido, las dimensiones con mejores valoraciones promedio fueron crecimiento en ventas (media = 3,82) y eficiencia operativa (media = 3,75), mientras que las dimensiones con resultados más bajos fueron rentabilidad (media = 3,20) y satisfacción financiera (media = 3,05). Esto sugiere que, aunque los emprendedores perciben cierto dinamismo comercial, no siempre están satisfechos con los beneficios económicos obtenidos.

En cuanto a la relación entre personalidad y desempeño financiero, los resultados del análisis de correlación evidenciaron asociaciones positivas pero débiles. Por ejemplo, el rasgo de responsabilidad mostró una correlación de $r = 0,31$ con la dimensión de eficiencia operativa, y el rasgo de apertura a la experiencia se asoció con el crecimiento en ventas con $r = 0,28$. Estos valores confirman que la personalidad del emprendedor tiene cierta influencia sobre el desempeño financiero, pero esta influencia es limitada y probablemente condicionada por factores externos como la experiencia empresarial, la formación en gestión o el entorno económico local.

Estos rasgos, si bien no son determinantes por sí solos, pueden favorecer una gestión empresarial más eficiente en contextos dinámicos y competitivos. Por otro lado, la baja presencia del neuroticismo sugiere que los comerciantes poseen estabilidad

emocional, una característica valiosa para afrontar los desafíos del entorno comercial, especialmente en una zona fronteriza donde la competencia externa representa una amenaza constante.

No obstante, el análisis estadístico basado en el coeficiente de correlación de Spearman, un método no paramétrico que se utiliza para medir la fuerza y dirección de la relación monotónica entre dos variables, ordena los datos por rangos y evalúa si a mayores niveles de una variable tienden a corresponder mayores (o menores) niveles de la otra, reveló una relación negativa débil ($r = -0.013$) entre la personalidad del emprendedor y el desempeño financiero, lo cual indica que esta relación existe, pero no es suficiente para explicar por completo los niveles de rentabilidad, productividad o crecimiento de los negocios. En este sentido, el desempeño financiero de estas empresas valorado a través de indicadores como ROI, ROA, productividad y crecimiento de ventas se percibe como moderado y estable, pero limitado por factores externos como la competencia con mercados vecinos, la informalidad y la estacionalidad de la demanda.

Los emprendedores del sector comercial de ropa y calzado en San Gabriel perciben un desempeño financiero moderado, con fortalezas relativas en productividad y eficiencia operativa, así como en indicadores como costos operativos y participación de mercado. Sin embargo, la variabilidad en la percepción sobre productividad, especialmente en empresas que manejan simultáneamente ropa y calzado, sugiere la necesidad de mejorar la claridad estratégica y la gestión especializada para optimizar recursos y resultados.

Los emprendedores del sector comercial de ropa y calzado en San Gabriel perciben un desempeño financiero moderado, con fortalezas relativas en productividad y eficiencia operativa, así como en indicadores como costos operativos y participación de mercado. Sin embargo, la variabilidad en la percepción sobre productividad, especialmente en empresas que manejan simultáneamente ropa y calzado, sugiere la necesidad de mejorar la claridad estratégica y la gestión especializada para optimizar recursos y resultados.

Se concluye que la personalidad del emprendedor representa un componente importante dentro del ecosistema empresarial, pero debe complementarse con formación técnica, estrategias de innovación, políticas públicas de apoyo y una

adecuada gestión del entorno para lograr un impacto más significativo en la sostenibilidad y crecimiento de los negocios.

5.2. RECOMENDACIONES

A partir de los resultados obtenidos en esta investigación, se recomienda implementar estrategias integrales que fortalezcan tanto las capacidades personales como técnicas de los emprendedores del sector comercial de ropa y calzado en la ciudad de San Gabriel.

Si bien se ha identificado que ciertos rasgos de personalidad como la apertura a la experiencia, la escrupulosidad y la agradabilidad son predominantes y pueden favorecer la gestión empresarial, estos deben ser complementados con programas de capacitación continua que aborden aspectos clave como la educación financiera, el manejo de indicadores económicos, el desarrollo de competencias digitales, y la planificación estratégica. Además, es fundamental que las autoridades locales y regionales promuevan políticas de apoyo a los pequeños negocios, mediante incentivos para la formalización, el acceso a créditos con condiciones preferenciales, la promoción de ferias comerciales y la creación de redes colaborativas entre emprendedores.

De igual manera, se sugiere fomentar una cultura empresarial basada en la innovación y la resiliencia, que permita a los comerciantes adaptarse con mayor agilidad a los cambios del mercado y a las particularidades del entorno económico.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, M., & Emperatriz, G. (2020). La fidelización de los clientes en la participación de mercado en las carpinterías del distrito de Amarilis, 2019. [Tesis de grado]. Universidad de Huánuco. <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/2420>
- Barrera, M. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Movimiento científico*, 8(1), 98-104. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5156978.pdf>
- Barrick, M., Mount, M., and Strauss, J. (1993). Conscientiousness and performance of sales representatives: test of the mediating effects of goal setting. *Journal of Applied Psychology*, 78, 715-722. doi:10.1037/0021-9010.78.5.715
- Bigliardi, B. (2013). The effect of innovation on financial performance: A research study involving SMEs. *Innovation*, 15 (2), 245-255. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.5172/impp.2013.15.2.245>
- Cabrera, M. (2024). Propuesta de modelo para establecer un ranking de desempeño financiero en el segmento 3 de las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador [Tesis de ingeniería]. Universidad Central del Ecuador. <https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/b6f2b01f-7ff5-4519-bf11-ae9998eae767/content>
- Carro, R., & González Gómez, D. A. (2012). Productividad y competitividad. <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1607/>
- Carvajal, L., Quinde, F. & Urgiles, G. (2017). *El comerciante Inteligente: Situación financiera de los comerciantes de Tulcán El punto de salida..., la educación financiera*. Universidad Politécnica Estatal el Carchi.
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos* (10). McGraw-Hill.
- Costa, P. T. y McCrae, R. R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual. Odessa: Psychological Assessment Resources. [https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPa pers.aspx?ReferenceID=1025708](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPa pers.aspx?ReferenceID=1025708)
- Falcón, A. L., & Serpa, G. R. (2021). Acerca de los métodos teóricos y empíricos de investigación: significación para la investigación educativa. *Revista Conrado*, 17(S3), 22-31. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2133/2079>
- Gitman, L. & Zutter, Ch. (2012). *Principios de administración financiera*. México: Pearson education.

https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/pcipios-adm-finan-12edi-gitman.pdf

- Goldberg, LR (1990). Una "descripción de la personalidad" alternativa: la estructura factorial de los Cinco Grandes. *Revista de personalidad y psicología social*, 59 (6), 1216-1229. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.6.1216>
- González, J.A., & Romero, L. M. (2020). *Análisis financiero para la toma de decisiones*. Trillas.
- Gutiérrez-Mora, X. A., Viteri-Medina, A. A., Castro-López, G. A., & Parra-Bustamante, M. F. (2021). El perfil psicológico del emprendedor y su proyección ante tiempos de crisis. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables)*. ISSN: 2588-090X. Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP), 6(1), 76-90. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.429>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. (2015). *Contabilidad de costos: Un enfoque gerencial* (14). Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15). Pearson Educación.
- Lang, FR, John, D., Lüdtke, O., Schupp, J. y Wagner, GG (2011). Breve evaluación de los Cinco Grandes: sólida en todos los métodos de encuesta, excepto en las entrevistas telefónicas. *Métodos de investigación del comportamiento*, 43, 548-567. <https://link.springer.com/article/10.3758/s13428-011-0066-z>
- Lingjaerde, O., Regine Foreland, A. y Engvik, H. (2001). Personality structure in patients with winter depression, assessed in a depression - free state according to the five - factor model of personality. *Journal of Affective Disorders*, 62(3), 165 - 174. [https://doi.org/10.1016/S0165-0327\(99\)00183-4](https://doi.org/10.1016/S0165-0327(99)00183-4)
- Llopis C., Hernández I., & Rodríguez MI. (2018, septiembre). Rasgos de personalidad desadaptativos y trastornos de la personalidad en mujeres que denuncian a sus parejas. A propósito de un caso. *Scielo*, 23(3-4). https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-76062017000200092
- Macho, A. Y., Carabaza, C. R. P., González, Á. J., Valverde, E. M. P., Ordaz, R. G., & Iglesias, J. L. P. (2020). Personalidad emprendedora y género. *Cuadernos de relaciones laborales*, 38(1), 85. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7443365>
- Macías, M., Sánchez, Y., Zerón, M. (2019). Factores conductuales y gerenciales determinantes del éxito emprendedor en México. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(2), pp 26-39. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7025990>

- Maldonado, R. H. (2019). Intención emprendedora: ¿es influenciada por factores de personalidad y género? *Revista Academia & Negocios*, 4(2), 1-12. <https://www.redalyc.org/journal/5608/560859050006/560859050006.pdf>
- McCrae, R. & Costa, P. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments & observers. *Journal of Personality & Social Psychology*, 52(1), 81-90. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.1.81>
- Neely, B., Lovelace, J., Cowen, A & Hiller, N. (2020). Metacritiques of Upper Echelons Theory: Verdicts and Recommendations for Future Research. *Journal of Management*, 46 (6). <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0149206320908640>
- Ovalles-Toledo, L. V., Freitas, Z. M., Urbina, M. Á. O., & Guerra, H. S. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217-234. <https://www.redalyc.org/journal/290/29055767013/29055767013.pdf>
- Pozo Pita, F. F. (2021). Evaluación del desempeño financiero en las empresas del sector comercial (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021). <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6270/1/UPSE-TCA-2021-0127.pdf>
- Revelo, V. (2023). *Personalidad del emprendedor y desempeño financiero en las empresas comerciales de ropa y calzado del cantón Tulcán* [Tesis de licenciatura]. Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Repositorio Universidad Politécnica Estatal del Carchi. <https://repositorio.upec.edu.ec/items/11bb9b77-302a-44aa-9936-02dfbd04d0d5>
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2014). *Fundamentos de finanzas corporativas* (10). McGraw-Hill.
- Sheskin, D. J. (2004). *Handbook of parametric and nonparametric statistical procedures* (3). Chapman & Hall/CRC.
- Sinche, L. (2023). *Análisis de los factores de incidencia en el fracaso de los emprendimientos en la provincia de Chimborazo, Año 2023* [Tesis de licenciatura]. Escuela Superior Politécnica De Chimborazo. <https://dspace.espace.edu.ec:8080/server/api/core/bitstreams/558fe1bb-d8b2-47f2-81c5-93976413de07/content>
- Solarte, C. M. S., Vallejo, G. A. R., Almeida, L. V., & Ibarra, V. J. G. (2021). La influencia del Covid19 en el emprendedor del departamento de Nariño (Colombia) y su relación con la innovación en las micro y pequeñas empresas. *Conocimiento global*, 6(2), 75-88. <https://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/180>

- Soto, C. & John, O. (2017). Short and extra-short forms of the Big Five Inventory-2: The BFI-2-S and BFI-2-XS. *Journal of Research in Personality*, 68, 69-81. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2017.02.004>
- Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2012). *Fundamentos de administración financiera* (13). Pearson Educación.
- Valdez, L., Limón, R. & Ramos, E. (2017, marzo). Las Tic, la innovación y los efectos en la competitividad de la Pyme, *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 9(7)87-108. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2916860
- Viveros, L. (Enero - junio de 2020). El efecto péndulo y los negocios comerciales de Tulcán e Ipiales: Un comparativo. *Sathiri: sembrador*, 15(1), 9 - 26. <https://doi.org/10.32645/13906925.928>
- Viveros Almeida, L., García Ibarra, V., Solarte Solarte, C. & Rivera Vallejo, G. (2022). Orientación empresarial y personalidad del emprendedor. *Universidad Politécnica Estatal del Carchi*. <https://www.publicacionesupec.org/index.php/carchi/catalog/view/87/87/223>
- Ward, A Hernández-Sánchez, B & Sánchez, J. (2019) Entrepreneurial Potential and Gender Effects: The Role of Personality Traits in University Students' Entrepreneurial Intentions. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02700>
- Widiger, T y Crego, C. (2019). The Five Factor Model of personality structure: an update.
- Zhao, H. & Seibert, S. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259. DOI:10.1037/0021-9010.91.2.259
- Zisser, M., Johnson, S., Freeman, M & Staudenmaier, P. (2019). The relationship between entrepreneurial intent, gender and personality. *Gender in Management*, 34(8), pp. 665-684. <https://doi.org/10.1108/GM-08-2018-0105>

VII. ANEXOS

Anexo. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR CON ENFOQUE EN INVESTIGACIÓN

ESTUDIANTE:	ROSETO CAICEDO NAYELI MARIANA	CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401925748
PERIODO ACADÉMICO:	2025A		
PRESIDENTE TRIBUNAL	MSC. SONIA MARILÚ MALQUÍN VERA	DOCENTE TUTOR:	MSC. FREDDY RICHARD QUINDE SARI
DOCENTE:	MSC. JEANETH LUCÍA BASTIDAS GUERRÓN		
TEMA DEL TIC:	"PERSONALIDAD DEL EMPRENDEDOR Y DESEMPEÑO FINANCIERO EN LAS EMPRESAS DE ROPA Y CALZADO DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL"		
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	7,17	PRECISAR EL PROBLEMA Y EXPONERLO EN SITUACIÓN NEGATIVA.
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8,33	FROTALECE LA VARIABLE DESEMPEÑO FINANCIERO
3	METODOLOGÍA	6,33	REVISAR EL ENFOQUE METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN, DESARROLLAR LA MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES Y REPLANTEAR LA HIPÓTESIS A IDEA A DEFENDER, PRESENTAR EL CÁLCULO DE LA MUESTRA Y EN ANEXOS COLOCAR EL CATASTRO MUNICIPAL COMO EVIDENCIA.
4	RESULTADOS	7,00	AJUSTAR LOS RESULTADOS AL ENFOQUE Y OBJETIVOS PRESENTADOS
5	DISCUSIÓN	6,83	AJUSTAR A LOS CAMBIOS REALIZADOS
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	6,50	REPLANTEAR A LOS NUEVOS HALLAZGOS
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7,33	DEMOSTRAR DOMINIO DEL TEMA EXPUESTO
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	8,00	AJUSTAR Y REVISAR ORTOGRAFÍA, CITACIÓN APA Y SINTAXIS EN TODO EL DOCUMENTO.

Obteniendo una nota de: 7,35 Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 66.- De la aprobación de la pre defensa del Informe final de TIC.- El estudiante deberá obtener una nota mínima de 7/10; al finalizar el proceso de pre-defensa se procederá a levantar el acta correspondiente. En el caso de aprobar con observaciones el estudiante deberá adjuntar el informe final de cumplimiento de observaciones y recomendaciones emitido por el Tribunal previo a la defensa final en un término máximo de 10 días.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el viernes, 4 de julio de 2025

MSC. SONIA MARILÚ MALQUÍN VERA
PRESIDENTE TRIBUNAL

MSC. FREDDY RICHARD QUINDE SARI
DOCENTE TUTOR

MSC. JEANETH LUCÍA BASTIDAS GUERRÓN
DOCENTE



Anexo. Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN
AND NATIVE LANGUAGES CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Rosero Caicedo Nayeli Mariana				
DATE: Lunes, 7 de julio de 2025				
Topic: "Personalidad del emprendedor y desempeño financiero en las empresas comerciales de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel"				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		TOTAL 9	



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI- FOREIGN AND NATIVE LANGUAGES
CENTER**

**Informe sobre el Abstract de Artículo Científico
o Investigación.**

Autor: Rosero Caicedo Nayeli Mariana

Fecha de recepción del abstract: Viernes, 4 de julio de 2025

Fecha de entrega del informe: Lunes, 7 de julio de 2025

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según la rúbrica de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9; por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



MA. Martha Viveros
Docente responsable del
CIDEN

Anexo 1. Formulario



CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA PERSONALIDAD DEL EMPRENDEDOR

El siguiente cuestionario busca determinar la personalidad del emprendedor de ropa y calzado de la ciudad de San Gabriel. La encuesta es voluntaria y la información recolectada se utilizará para fines académico- investigativos. Se guardará absoluta confidencialidad y anonimato de los encuestados.

DATOS DEL EMPRENDEDOR

Edad: Años ()
 Género: Femenino () Masculino ()
 Actividad económica: Calzado () Ropa () Ropa / Calzado ()
 Tiempo de funcionamiento: Años ()
 Nivel de instrucción: Básica () Bachiller () Superior () Ninguna ()
 Parroquia: San Gabriel () San José () González Suárez ()

PERSONALIDAD DEL EMPRENDEDOR

Con base en su experiencia como emprendedor comercial, por favor, marque con un "X" en el casillero correspondiente de acuerdo a la afirmación que se exponen a continuación. Considere que: Totalmente en desacuerdo 1; En desacuerdo 2; Ni de acuerdo ni en desacuerdo 3; De acuerdo 4 y; Totalmente de acuerdo 5.

Variable	Afirmación	1	2	3	4	5
Neuroticismo	Se preocupa mucho	1	2	3	4	5
	Se pone nervioso/a con facilidad	1	2	3	4	5
	Mantiene la calma en situaciones tensas	1	2	3	4	5
Extraversión	Es hablador/a	1	2	3	4	5
	Es extrovertido/a, sociable	1	2	3	4	5
	Es reservado/a	1	2	3	4	5
Apertura a la experiencia	Es original, se le ocurren nuevas ideas	1	2	3	4	5
	Valora las experiencias artísticas, estéticas	1	2	3	4	5
	Tiene una imaginación activa	1	2	3	4	5
Agradabilidad	A veces es grosero/a con los demás	1	2	3	4	5
	Tiene una naturaleza indulgente	1	2	3	4	5
	Es considerado/a y amable con casi todo el mundo	1	2	3	4	5
Escrupulosidad	Hace un trabajo minucioso	1	2	3	4	5
	Tiende a ser perezoso/a	1	2	3	4	5
	Hace las cosas de manera eficiente	1	2	3	4	5

DESEMPEÑO FINANCIERO

Por favor, marque con un "X" en el casillero pertinente y complete la información solicitada según considere correspondiente de acuerdo al siguiente criterio: Mucho peor 1; peor 2; Igual 3; Mejor 4; Mucho mejor 5.

Variable	Afirmación	1	2	3	4	5
ROI	El retomo de la inversión (ROI) de su organización en relación con sus competidores	1	2	3	4	5
CV	El crecimiento de las ventas de su organización en relación con sus competidores	1	2	3	4	5
CO	Los costos operativos totales de su organización en relación con sus competidores	1	2	3	4	5
PM	La participación de mercado de su organización en relación con sus competidores	1	2	3	4	5
P	La productividad de su organización en relación con sus competidores	1	2	3	4	5
ROA	Rendimiento de los activos (ROA) de su organización en relación con sus competidores	1	2	3	4	5

Anexo 2. Catastro municipal de Montúfar

Fuente: GAD Municipal de Montúfar. (2024). Base de datos de emprendedores registrados en el cantón Montúfar, año 2024 [Archivo Excel]. Departamento de Rentas y Patentes

NOMBRE FANTASÍA:	DIRECCIÓN:	PARROQUIA:	CEDULA/RUC:	APELLIDOS:
THEA VISION	BOLIVAR E/ BOYACA Y JUNNIN	SAN GABRIEL	401757836	POZO GUERRON
ALEX BROSTER	BOLIVAR Y LAS GRADAS	SAN GABRIEL	401224738	TERAN VILLARREAL
TIENDA	PICHINCHA Y BOLIVAR	SAN GABRIEL	401636683	MATA BURBANO
COMISIONISTA WESTERN UNION	CAYAMBE Y AV. UNIVERSITARIA SECTOR UPEC	SAN GABRIEL	1500955644	MURIEL TENDEZTA
VENTA DE PAPAS ASADAS	ARGENTINA Y LOS AELIES	SAN GABRIEL	401348248	FUEL CHAVEZ
VENTA DE GAS LICUADO	RUBEN DARIO S/N Y SAN FRANCISCO	SAN GABRIEL	400832614	BENAVIDES NARVAEZ
LOS SECOS CASEROS	BOLIVAR Y GRAL. PLAZA	SAN GABRIEL	1003575170	LOPEZ OLIVO
ROPA AMERICANA	BOLIVAR Y LAS GRADAS	SAN GABRIEL	1000809705	SUAREZ VASQUEZ
LAF AUTOS	AV. BRASIL Y PANAMA	SAN GABRIEL	401637004	REINA ROSERO
ISK MOLINA & JARA CIA. LTDA.	BOLIVAR Y 10 DE AGOSTO	SAN GABRIEL	1,09177E+12	ISK MOLINA &
BAZAR KPRICHO'S	AV. VEINTIMILLA Y AV. ANDRES BELLO	SAN GABRIEL	400837506	SANDOVAL SANDOVAL
PUESTO N° 573 MERCADO SAN MIGUEL	OLMEDO Y TARQUI	SAN GABRIEL	1002209581	REVELO ENCALADA
ARQ GW	LAS TEJERIAS Y AV. ANDRES BELLO	SAN GABRIEL	401047089	ENRIQUEZ ORTIZ
LUBRICADORA LUBRICENTER	JUAN RAMON ARELLANO Y AV. LA LAGUNA	SAN GABRIEL	1758110462	MONTENEGRO BRAVO
ACTIVIDADES DE ARQUITECTURA	AV. BRASIL ENTRE CORAL Y SUCRE	SAN GABRIEL	401333190	PAREDES BOLAÑOS
TIENDA MIKAELA	AV. SAN FRANCISCO	SAN GABRIEL	1753743291	ERASO ERASO
VENTA DE PRODUCTOS DE CONFITERIA Y BEBIDAS NO	PANAMERICA NORTE KM 28 1/2 Y CALLE CARCHI	SAN GABRIEL	401639380	MONTENEGRO ALBUJA
PREVENSAUD	OLMEDO Y CHIMBORAZO	SAN GABRIEL	401398748	ORTIZ BASTIDAS
FARMACIAS LIDER	ANDRES BELLO Y VEINTIMILLA	SAN GABRIEL	401103213	MONTENEGRO ACOSTA

FARMACIA FAMILIAR	BOLIVAR ENTRE Y PICHINCHA ROCAFUERTE	SAN GABRIEL	401414867	CASTRO VILLARREAL
GLOBAL OK	RAFAEL ARELLANO Y AYACUCHO	SAN GABRIEL	1003516588	PABON BALDIVIEZO
VIVERES SAMUEL	JULIO ROBLES Y JOSE DE ANTEPARA	SAN GABRIEL	401529219	AGUIRRE CUASTUMAL
METALMECANICA DE LA TORRE	AV.SAN FRANCISCO Y BRASIL	SAN GABRIEL	400866711	DE LA TORRE NARANJO
MATICELL	SUCRE ENTRE Y PICHINCHA ROCAFUERTE	SAN GABRIEL	1759384587	TRUJILLO ARIZA
BENDITA ADICCION	AV. CORAL Y RICARDO DEL HIERRO	SAN GABRIEL	401443825	CASTRO LOPEZ
CAMBISTA DE MONEDA	SUCRE Y AYACUCHO	SAN GABRIEL	400313987	BURGOS REASCOS
BUNKER DE LALITA	URBINA Y ECUADOR	SAN GABRIEL	400702411	CHAMORRO REYES
LA CARRETA DE LICORES	RIO PUTUMAYO Y RIO AGUARICO	SAN GABRIEL	401526330	NAVISOY YEPEZ
TIENDA	AV. RUMIÑAHUI Y CARLOS VACA	SAN GABRIEL	400829735	MONTENEGRO POZO
KRUSTY FAST FOOD	AV. CORAL Y CHILE	SAN GABRIEL	1002585188	BENAVIDES BENAVIDES
LUBRICADORA Y MECANICA EXPRESS	CRESPO TORAL Y ERNESTO NOBOA	SAN GABRIEL	400987566	JIMENEZ ROSERO
SALUD FARMA	BOLIVAR Y BOYACA	SAN GABRIEL	401252440	LLORE CHALACAN
KIOSKO DE SALCHIPAPAS	AV VEINTIMILLA Y PALIZADA	SAN GABRIEL	401751284	ZAMBRANO YELA
VIVERES LUCIANA	LAS ANIMAS Y LOS LAURELES	SAN GABRIEL	402081426	CHAMORRO IMBACUAN
LICORERIA "YARELY"	LA PLAYA ALTA VIA EL CARMELO	SAN GABRIEL	401464813	PORTILLA REVELO
TIENDA LA MERCED	AV UNIVERSITARIA Y AV VEINTIMILLA	SAN GABRIEL	401230131	CUASATAR CANDO
DISCOTECA ZONA1	AV. 21 DE MARZO Y CARCHI	SAN GABRIEL	401478805	CUASPUD PUSDA
HELADERIA Y CAFETERIA TERRANOVA	AV CORAL E/VENEZUELA Y PANAMA	SAN GABRIEL	1002531067	ESPARZA OBANDO
TIENDA ANDREY	JUAN MONTALVO Y CALDERON	SAN GABRIEL	401040654	HERNANDEZ BASTIDAS
COOP. ATAHUALPA N° 105	COLON Y CHIMBORAZO	SAN GABRIEL	401038708	OJEDA LOVATO
EL TALLER DEL COLOR	9 DE OCTUBRE Y RAFAEL ARELLANO	SAN GABRIEL	400561213	MEJIA PEÑAFIEL
EL TALLER DEL COLOR 2	CALDERON Y BOLIVIA	SAN GABRIEL	400561213	MEJIA PEÑAFIEL
CONFECCIONES JENNYFER	SUCRE Y URUGUAY	SAN GABRIEL	401917992	LOPEZ CANCHALA

PREMIUM CAR DETAIL	ANDRES BELLO - ITALIA VIA SECAP	SAN GABRIEL	401256623	ESCOBAR CARDENAS
ACTIVIDAD PROFECIONAL - ARQUITECTO-	ROCAFUERTE 43 Y MALDONADO	SAN GABRIEL	400414603	BURBANO MAFLA
VIVERES SOFIA	BARRIO SAN JOSE JAIME ROLDOS AGUILERA Y SANTA	SAN GABRIEL	1758149742	CALPA
MINA DE PLATA	AV. CENTENARIO Y RIO NAPO	SAN GABRIEL	1710929983	CHILUISA SARZOSA
VENTA AMBULANTE - SECTOR DEL OCHO-	AV. CENTENARIO Y AV. TULCANAZA	SAN GABRIEL	400867701	CABASCANGO PATIÑO
ASO. VENDEDORES AMBULANTES TULCAN	AV. CENTENARIO Y TULCANAZA	SAN GABRIEL	402056501	PITACUAR SERRANO
ASO. VENDEDORES AMBULANTES TULCAN	MALDONADO Y FEDEREICO PAES ESQUINA	SAN GABRIEL	401936901	IRUA PASPUEL
CERAMICAS DEL NORTE	PANAMA Y VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA	SAN GABRIEL	400748505	TULCAN NARVAEZ
COOP. 10 DE MARZO -D006-	CDLA. SAN CISTOBAL - IGUAN Y LAS CABRAS-	SAN GABRIEL	401504956	NOGUERA ROMERO
ESTACION AGRICOLA DON HUGO	AV. VEINTIMILLA Y AGUA FUERTE	SAN GABRIEL	400969838	BENAVIDES POJOTA
THE GARDEN -CAFETERIA-	LAS TEJERIAS Y ANDRES BELLO	SAN GABRIEL	401722079	TUCANES CALVA
FRIGORIFICO SAN LUCAS	AV. VEINTIMILLA Y ALEJANDRO R. MERA	SAN GABRIEL	401354675	LEMA CONEJO
ARTESANIAS DE LA TORRE	MANABI Y VENEZUELA	SAN GABRIEL	401273990	Tontaquimba Porate
HOSTAL SAN MARTIN	AV. 21 DE MARZO Y CARCHI	SAN GABRIEL	401478805	CUASPUD PUSDA
SURTI TIENDA	SUCRE Y BOLIVIA	SAN GABRIEL	402033054	PINCHAO NARVAEZ
VENTA DE FRUTAS	GRAN COLOMBIA Y ESMERALDAS	SAN GABRIEL	1001530417	MORETA TABANGO
CASA DE MODAS ELIZABETH	CIUDADELA PADRE CARLOS DE LA VEGA	SAN GABRIEL	400524088	MORAN
LOCAL N° 12 CENTRO COMERCIAL POPULAR	CHIMBORAZO Y SUCRE	SAN GABRIEL	400639753	SANCHEZ VERGARA
LOCAL N° 13 CENTRO COMERCIAL POPULAR	CHIMBORAZO Y SUCRE	SAN GABRIEL	400639753	SANCHEZ VERGARA
SALA DE BELLEZA MARILYN	RUBEN DARIO Y MIGUEL DE CERVANTES	SAN GABRIEL	401150354	CRIOLLO PEREZ
JOSGENBRITH	13 DE ABRIL Y TARQUI	SAN GABRIEL	1206306456	PILOZO DOMINGUEZ
VIVERES PATRICIO	13 DE ABRIL Y TARQUI	SAN GABRIEL	400887352	BASANTES RODRIGUEZ

ASO. 11 DE ABRIL VENTA AMBULANTE	RAFAEL ARELLANO Y PANAMA	SAN GABRIEL	400992111	QUISTANCHALA MELO
ASO. CIUDAD DE TULCAN SALCHIPAPA VENTA	PARQUE AYORA	SAN GABRIEL	401750815	GUERRERO PRIETO
VENTA DE COMIDAS RAPIDAS Y GOLOSINAS	CALLES MIGUEL LAGUNA Y EL ROSAL (SANTA MARTHA)	SAN GABRIEL	400400875	MAYANGER
ASO. 11 DE ABRIL VENTA AMBULANTE	AV. ANDRES BELLO E ITALIA	SAN GABRIEL	401158407	BENAVIDES VALLEJOS
VENTA AMBULANTE	AV. BRASIL, CALDERON Y SECTOR EL HOSPITAL	SAN GABRIEL	1001363934	CHALPARIZAN CHALPARIZAN
ACTIVIDADES DE ARQUITECTURA	AV. VEINTIMILLA Y SAN CRISTOBAL	SAN GABRIEL	1719746032	PUETATE CARRILLO
TERCENA PATTY	BARRIO STA ROSA DE TAQUES VIA LAS PALMAS	SAN GABRIEL	401105077	Villarreal Gordón
SERVICIO PROFESIONAL - ABOGADO-	BOLIVAR Y PANAMA	SAN GABRIEL	401630868	PEREZ ORTIZ
ACTIVIDAD PROFESIONAL - ARQUITECTURA-	BOYACA Y R. ARELLANO	SAN GABRIEL	401588884	CARAPAZ PAUCAR
ACTIVIDAD PROFESIONAL - ARQUITECTURA-	MALDONADO Y BOYACA	SAN GABRIEL	400997144	MARTINEZ LOPEZ
CIA DE TURISMO UNIVERSAL TRAVEL S.A	10 DE AGOSTO Y SUCRE	SAN GABRIEL	1,09178E+12	TRAVEL CA
AGRO INSUMOS	COLON Y QUITO	SAN GABRIEL	1754696373	GARCIA CADENA
DO& ST	SUCRE Y ROBERTO GRIJALVA	SAN GABRIEL	104639901	CORONEL MOROCHO
TIENDA "DE TODITO"	AV. GRAN COLOMBIA - LOS TRES CHORROS-	SAN GABRIEL	1753939972	MALTE PUENAYAN
EL MUNDO DEL DVD	BOLIVAR Y BOYACA	SAN GABRIEL	401423363	BURBANO BURBANO
PANADERIA	OLMEDO Y 9 DE OCTUBRE	SAN GABRIEL	401078613	PEREZ CUASTUMAL
ANTOJITOS MERLY	AV. VEINTIMILLA Y JESUS DEL GRAN PODER	SAN GABRIEL	1308458403	VALENCIA OSTAIZA
CALZADO SPORT HERRERA	SUCRE Y 10 DE AGOSTO	SAN GABRIEL	401719935	PASCAL GUANGA
RESTAURANTE "DELICIAS JAIDEN"	CALLES BOLIVAR Y 9 DE OCTUBRE	SAN GABRIEL	401739016	CERON CERON
BILLAS EL DIAMANTE	BRASIL Y ARGENTINA	SAN GABRIEL	1759612680	BENAVIDES
RESTAURANTE Y CAFETERIA "EL PUNTO DEL SABOR"	SUCRE Y VENEZUELA	SAN GABRIEL	401402011	IMBAQUINGO FUEL
LOCAL N° 86 PLAZA CENTRAL	BOLIVAR Y BOYACA	SAN GABRIEL	401432828	JIMENEZ PUETATE

BOCADITOS EXQUISITOS	AV. VEINTIMILLA Y JUAN DE VELASCO	SAN GABRIEL	401755533	HERNADEZ MENA
VIVERES GABRIELITA	ISIDRO PAVON Y JOSE DE VILLAMIL	SAN GABRIEL	401624770	CAICEDO ALCOECER
COMERCIALIZADORA DON PACHO	MALDONADO Y MACHALA	SAN GABRIEL	400494399	PUETATE MONTENEGRO
SERVICIO DE COMIDAS	AV. VEINTIMILLA Y CAMILO PONCE	SAN GABRIEL	400662706	NARVAEZ ZAMBRANO
VIVERES LA HUECA	BRASIL Y OLMEDO	SAN GABRIEL	401377908	ORTIZ LEMA
OFFER EC	SUCRE Y CHILE	SAN GABRIEL	1721107959	ESPIN ALLAN
VIVERES "SEBASTIAN"	AV. MANABI Y AV. ARGENTINA	SAN GABRIEL	400585519	JIMENEZ VILLARREAL
TIENDA LA ECONOMICA	AV. VEINTIMILLA Y SAN CRISTOBAL	SAN GABRIEL	401052030	VILLARREAL MONTENEGRO
SU TIENDA "NAYESTI"	AV. VEINTIMILLA Y J. R. ARELLANO -CDLA. DEL CHOFER-	SAN GABRIEL	401240031	LAGOS CABRERA
ASO.DE VENDEDORES AMBULANTES 11 DE ABRIL	PARQUE AYORA	SAN GABRIEL	36770237	AREVALO PUENAYAN
BILLARES Y CANTINA GALAXIA	CALLE 21 DE MARZO Y AZUAY	SAN GABRIEL	401803465	TERMAL CASTRO
MI TRICOLOR	R. ARELLANO Y BOYACA	SAN GABRIEL	1758661902	ROJAS ORDAZ
ABARROTES "VILLAYALA"	AV. VEINTIMILLA Y AV. UNIVERSITARIA	SAN GABRIEL	401193222	VILLARREAL AYALA
ALMACEN "IAN"	CHICAL IGNACIO ZAMBRANO	SAN GABRIEL	1003931357	URGILES CHAMBA
PUESTO N° 49	CENTRO COMERCIAL POPULAR	SAN GABRIEL	400774980	HUERA TAPIA
SALA DE BELLEZA	ARGENTINA CALDERON Y	SAN GABRIEL	4,91529E+11	RENDON ACUÑA
VIVERES RANCHO EL ROSARIO	VIA CHAPUES	SAN GABRIEL	401155544	ERAZO SUAREZ
BESITOS	SAN FRANCISCO Y GABRIELA MISTRAL	SAN GABRIEL	401074307	MEJIA REVELO
VENTA DE ROPA Y CALZADO	SUCRE Y ATAHUALPA	SAN GABRIEL	401442223	MORALES VELASQUEZ
MINGATOURING TURISMO VIVENCIAL CIA.LTDA.	10 DE AGOSTO Y BOLIVAR	SAN GABRIEL	4,91529E+11	VIVENCIAL CIA. LTDA.
EL SABOR CASERO	RUBEN FUERTES Y AV. 21 DE MARZO	SAN GABRIEL	400649265	YEPEZ CAMARGO
FRUTY HELADO	ESPAÑA Y JUAN XXIII	SAN GABRIEL	401640107	VITERI JURADO
VIVERES SOFFIS	LORENZO DE GARAICOA Y JOSE DE ANTEPARA	SAN GABRIEL	401911417	Orozco Lara

COMIDA RAPIDA "D' MIMOS"	AV. VEINTIMILLA Y JESUS DEL GRAN PODER	SAN GABRIEL	401487772	PINCHAO TEPUD
ORION	BOLIVAR Y 10 DE AGOSTO	SAN GABRIEL	401583810	SALAZAR MONTENEGRO
LOCAL N° 32 CENTRO COMERCIAL POPULAR	CHIMBORAZO Y SUCRE	SAN GABRIEL	400813325	RODRIGUEZ
LOCAL N° 33 CENTRO COMERCIAL POPULAR	CHIMBORAZO Y SUCRE	SAN GABRIEL	400813325	RODRIGUEZ
ABASTOS EXITO	VENEZUELA Y SUCRE	SAN GABRIEL	400463899	OBANDO BURBANO
LA GALERIA DEL MUEBLE	AV. CORAL Y BOLIVIA	SAN GABRIEL	400767349	FLORES MIER
VENTA AMBULANTE	ROBERTO SIERRA Y R. ARELLANO	SAN GABRIEL	401097639	ESTACIO PASPUEZAN
ASERRADERO NAVARRETE	JUAN MONTALVO Y 19 DE NOVIEMBRE	SAN GABRIEL	400929857	NAVARRETE LAGUNA
R&S SMARTPHONE	SUCRE ENTRE TARQUI Y 9 DE OCTUBRE	SAN GABRIEL	1206174458	COELLO MURILLO
MULTIFORROS SR	CORAL Y CHILE	SAN GABRIEL	401505169	NAZAMUEZ CHAGUEZAC
TIENDA JAMILETH	IGNACIO ZAMBRANO Y DOMIGO REYES	SAN GABRIEL	401526496	NASTACUAS URBANO
LA ECONOMIA	CHICAL FRENTE AL PARQUE	SAN GABRIEL	401603485	SALAZAR SANCHEZ
SASTRERIA MODERNA	AV. SAN FRANCISCO Y RUBEN DARIO	SAN GABRIEL	400499604	PAUCAR
INTRODUCTOR AL CAMAL ACTIVIDADES DIVERSAS	AV. CALDERONXY AV. BRASIL	SAN GABRIEL	400947081	FUELTALA ESPINOZA
SERVIPERTS -VENTA REPUESTOS LINEA BLANCA-	AV. VEINTIMILLA Y ANDRES BELLO	SAN GABRIEL	1720166337	QUILO LECHON
ASO. 24 DE JULIO AMBULANTE	PICHINCHA Y BOLIVAR	SAN GABRIEL	400846358	ALVAREZ ALVAREZ
COOP. SAN CRISTOBAL DISCO N° 140	GENERAL URBINA Y BELEN	SAN GABRIEL	400681128	ORTIZ HUERTAS
VENTA DE CARBON	AV. BRASIL Y JOSE LUIS TAMAYO	SAN GABRIEL	1758859860	VILLARREAL PRADO
TIENDA "DOÑA ANITA"	AV. PANAMERICANA - URB. EL ROSAL-	SAN GABRIEL	401598644	MORALES CUARAN
DEPOSITOS SOFIS LICORERIA	BOLIVAR Y GRAL.PLAZA	SAN GABRIEL	401550306	CHAFUELAN CHAFUEL
VENTA AMBULANTE BUEN FUTURO	AV. BRASIL Y AV. CORAL	SAN GABRIEL	401127006	PEREZ SUBIA
RESTAURANTE "MIS AMORES" 4	SUCRE ENTRE BOLIVIA Y BRASIL	SAN GABRIEL	21347064	OLIVEROS RAMIREZ
ESTUDIO JURÍDICO	CC. JARDIN DEL NORTE LOCAL N° 314	SAN GABRIEL	1700939760	YANDUN VASQUEZ

LOCAL N° 432 MERCADO SAN MIGUEL	MERCADO SAN MIGUEL	SAN GABRIEL	1707616841	RODRIGUEZ ESCANDON
CONSULTORIO JURIDICO	RAFAEL ARELLANO ENTRE ROBERTO SIERRA Y PANAMA	SAN GABRIEL	401744560	AYALA AGUIRRE
FARMACIA LA ESTRELLITA	ORIENTE Y VIRGINIA RODRIGUEZ	SAN GABRIEL	400532032	SARMIENTO PAREDES
FARMACIA JULIO ANDRADE	JUAN MONTALVO Y OREJUELA	SAN GABRIEL	400532032	SARMIENTO PAREDES
REPUESTOS Y ACCESORIOS D & K	JUAN MONTALVO Y OREJUELA	SAN GABRIEL	401822853	ARCINIEGA AGUILAR
ASO. 11 DE ABRIL AMBULANTES	BOLIVAR Y PICHINCHA	SAN GABRIEL	401253190	PAZMIÑO ACOSTA
PAPELERIA ISARON	AV. ARGENTINA ENTRE CORAL Y SUCRE	SAN GABRIEL	401469689	GARCIA GARCIA
BATERIAS SANITARIAS TERMINAL TERRESTRE	AV. VEINTIMILLA Y ECUADOR	SAN GABRIEL	401640966	CARDENAS ORTEGA
VIVERES JOSUA	OLMEDO Y VENEZUELA	SAN GABRIEL	402126445	FUEL VILLARREAL
ASO. 24 DE JULIO AMBULANTE	AV. VEINTIMILLA Y CRISTOBAL COLON	SAN GABRIEL	401674148	CHAMORRO AREVALO
JUGOS WILSON	SUCRE Y TARQUI	SAN GABRIEL	200877207	GARCIA SANCHEZ
VENTA AMBULANTE	10 DE AGOSTO Y BOLIVAR	SAN GABRIEL	400852364	VALENZUELA OLIVO
BILLARES "ORIENTAL"	MALDONADO Y COLON	SAN GABRIEL	400137816	ENRIQUEZ
PUESTO N° 220 -CCP-	CENTRO COMERCIAL POPULAR	SAN GABRIEL	601565435	LEMA CHANGA
ALL ING INGENIERIA Y TOPOGRAFIA	SUECIA E ITALIA	SAN GABRIEL	1003555297	QUIROLA RUIZ
MOTEL CALIFORNIA	AV. ORIENTAL Y AV. BRASIL	SAN GABRIEL	401089917	CORAL QUETAMA
MATIAS SPORT.	CDLA. PARQUE ARTESANAL C.3	SAN GABRIEL	401895263	ENRIQUEZ CHAPUES
RÁPIDO Y BRILLOSO	AMNABI Y ARGENTINA	SAN GABRIEL	401185335	AVILA CRUZ
VENTA DE PRODUCTOS DE CHICAL	AV. VEINTIMILLA ESQUINA DEL CUARTEL MAYOR GALO	SAN GABRIEL	400278172	QUENDI GUIZ
RANCHO SAN ANTONIO	CUENCA Y PARAGUAY	SAN GABRIEL	400914081	ORTEGA LUNA
PUERTAS ECONOMICAS Y TERMINADOS INTERIORES	AV. CORAL Y BRASIL Y PARAGUAY	SAN GABRIEL	401288758	QUELAL ORTEGA
PUESTO N° 40 CC. POPULAR	EX MACHALA Y SUCRE	SAN GABRIEL	400798302	VILLARREAL ORTEGA

LOCAL N° 12 MERCADO DEL SUR	AV. ANDRES BELLO Y AV. VEINTIMILLA	SAN GABRIEL	401353875	ESCOBAR TARAPUES
AGRODEK	COLON Y QUITO	SAN GABRIEL	401644505	PUETATE AYALA
TRANSPORTE DE CARGA NACIONAL INTERNACIONAL	AV. 24 DE MAYO Y LOS CEIBOS	SAN GABRIEL	4,91521E+11	INT. NUVES VERDES S.A,
BUNNY TATTOO	RAFAEL ARELLANO Y 10 DE AGOSTO	SAN GABRIEL	401347737	MONTENEGRO MORILLO
TIENDA BOYACA	BOYACA Y RAFAEL ARELLANO	SAN GABRIEL	400822888	NAZATE CORAL
COMERCIAL KIWI S.A	AV. VEINTIMILLA Y AV. ANDRES BELLO	SAN GABRIEL	1,79004E+12	COMERCIAL
ASO. 24 DE JULIO AMBULANTE	EL TERMINAL, AV. JUAN RAMON ARELLANO Y	SAN GABRIEL	1758834194	BOLAÑOS
MANITAS CREATIVAS	URUGUAY Y CALDERON	SAN GABRIEL	1600278798	PEÑAFIEL ALVAREZ
LOCAL N° 235 CC. POPULAR	SUCRE Y CHIMBORAZO	SAN GABRIEL	401498670	VILLA PILCO
COKET@S FLORISTERIA	BOLIVAR E IMBABURA	SAN GABRIEL	1754741641	GALLEGO MARTINEZ
ASO. DE PEQUEÑOS VENDEDORES TERMINAL	EL TERMINAL	SAN GABRIEL	401797170	ZAQUI LEON
ORTOPEDIC M&K	AV. SAN FRANCISCO Y ADOLFO BECKER	SAN GABRIEL	400849196	YANDUN MOLINA
ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA ASESORIA EN	BOLIVAR Y 10 DE AGOSTO	SAN GABRIEL	400954137	DAVILA CASTILLO
VITALFARMA	AV. 24 DE MAYO Y REMIGIO CRESPO TORAL	SAN GABRIEL	1003228929	CARANQUI BENAVIDES
TIENDA ANDREITA	JULIO ROBLES Y ROCAFUERTE	SAN GABRIEL	401154851	PASPUEL GUEL
TIENDA SHADDAI	URUGUAY Y CORAL	SAN GABRIEL	401468277	MARTINEZ NARVAEZ
MARKETLANDIA	IMBABURA Y MERCURIO	SAN GABRIEL	400498788	TORRES RUANO
EL SAZÓN DE LA ABUELA	AV. VEINTIMILLA Y CAMILO PONCE	SAN GABRIEL	1751211267	MORALES VASQUEZ
ELECTROMECHANICA BELTRAN	INGLATERRA Y HOLANDA	SAN GABRIEL	1720346442	BELTRAN ALCO CER
DULCE REFUGIO	AYACUCHO Y OLMEDO ESQ.	SAN GABRIEL	401709993	REYES GUAMA
CENTRO DE BELLEZA SHERLEY	AV. FRANCISCO Y REMIGIO CRESPO TORAL	SAN GABRIEL	400966867	VILLARREAL GARCES
MERCADO CEPIA LOCAL N° 45	CORAL Y BRASIL	SAN GABRIEL	401644729	VILAÑA HERRERA
NAILS QUUES	SUCRE ENTRE TARQUI Y 9 DE OCTUBRE	SAN GABRIEL	401476650	DIAZ DIAZ

ORDOÑEZ CHALACAN ROSA ELVIRA	CALDERON Y BRASIL	SAN GABRIEL	400962031	ORDOÑEZ CHALACAN
KIOSKO	ECOPARQUE	SAN GABRIEL	401523147	MUÑOZ MONTENEGRO
TIENDA	ABDON CALDERON Y S/N	SAN GABRIEL	401434907	MUÑOZ QUISTANCHALA
ARTE & CERAMICA	AV. DEL CEMENTERIO Y COTOPAXI	SAN GABRIEL	603061862	HIDALGO CABRERA
MERAKI	BOLIVAR ENTRE JUNIN Y AYACUCHO	SAN GABRIEL	1752885358	RINCON QUIÑONEZ
ABARROTOS MARIANA DE JESUS Y ANTONY	SUCRE Y VENEZUELA	SAN GABRIEL	400902409	GUEVARA CASTILLO
GUPYLANDIA	RAFAEL ARELLANO Y JUNIN	SAN GABRIEL	401455621	ROSETO TRUJILLO
PUESTO DE VENTA -M. SUR-	MERCADO DEL SUR	SAN GABRIEL	401159256	TARAMUEL ERAZO
TIENDA BARRIAL JENIFER	VIA MALDONADO FRENTE A LOS TANQUE DE AGUA	SAN GABRIEL	401428826	CHILES PASPUEL
RESIDENCIAL COLOMBIA	COLON Y AYACUCHO	SAN GABRIEL	401643309	CANDO TARAPUEZ
METALICAS VALENZUELA	GERONIMO CARRION Y COLON	SAN GABRIEL	401594635	CARDENAS VALENZUELA
MINIMARKET DEL SUR	AV. VEINTIMILLA Y AGUAS FUERTES	SAN GABRIEL	401283056	LUNA PASPUEZAN
LICORERIA LA HUECA DE CASCO	AV. VEINTIMILLA Y AV. UNIVERSITARIA	SAN GABRIEL	401250485	MORA MEJIA
TIENDA ARLEY	PARTIDERO AL MORAL	SAN GABRIEL	400929311	PORTILLO VELASCO
ASO. TULCAN	AV. VEINTIMILLA Y JUAN DE VELASCO Y PORTUGAL	SAN GABRIEL	401650973	SALDAÑA JIMENEZ
INT FOOD SERVICES CORP	AV. VEINTIMILLA Y ANDRES BELLO	SAN GABRIEL	1,79142E+12	SERVICES CORP S.A.
VENTA AMBULANTE CAFE,BEBIDAS CALIENTES Y	AV. SAN FRANCISCO - SECTOR EL HOSPITAL LUIS.G.	SAN GABRIEL	401149216	HERRERA BOLAÑOS
PUESTO N° 88 MERCADO DEL SUR	AV. VEINTIMILLA Y ANDRES BELLO	SAN GABRIEL	401645437	PEREZ PATAJALO
PUESTO N° 89 MERCADO DEL SUR	AV. VEINTIMILLA Y ANDRES BELLO	SAN GABRIEL	1708143290	PATAJALO GUAMAN
CARPINTERIA	QUITO Y MALDONADO	SAN GABRIEL	401475280	MENESES MENESES
SERMATRACK S.A	PANAMERICAN NORTE	SAN GABRIEL	4,91528E+11	SERMATRACK S.A
SUCESION INDIVISA CORAL	BOLIVAR Y JUNIN	SAN GABRIEL	4,91523E+11	SUCESION INDIVISA CORAL

VENTA AL POR MENOR DE CUBRECAMAS	SUCRE ENTRE BOLIVIA Y VENEZUELA	SAN GABRIEL	401624606	LEMA MAÑAY
SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN HOSTALES	SUCRE Y PANAMA	SAN GABRIEL	401624606	LEMA MAÑAY
VITA ALIMENTOS C.A	AV. VEINTIMILLA Y UNIVESITARIA	SAN GABRIEL	1,79005E+12	C.A
BARBER SHOP VENEZUELA	AV. CORAL Y BRASIL	SAN GABRIEL	1759312463	LOPEZ UMBRIA
LICORERIA " 2 QUE 3 "	LAS TEJERIAS Y SAN CRISTOBAL	SAN GABRIEL	401624382	MORENO RODRIGUEZ
PUESTO N° 074 CC.POPULAR PLAZOTETA D	OLMEDO	SAN GABRIEL	704046952	VALLADOLID AJILA
GABINETE "ESTEBRITH"	STA. CLARA: JUAN MONTALVO Y CALDERON	SAN GABRIEL	2100716683	MIÑO CARVAJAL
PENSION	10 DE AGOSTO Y ESMERALDAS	SAN GABRIEL	1001852167	ROMO ROMO
THE BUHO PUB	PANAMA Y PSAJE PEREZ GUERRERO	SAN GABRIEL	401555032	TANA VERA
SU TIENDA	AV. ANDRES BELLO Y ASV. SEMINARIO	SAN GABRIEL	2100913470	CUARAN CHUQUIZAN
ALVARADO SHIGUANGO GLORIA CECILIA	AV. AMDRES BELLO	SAN GABRIEL	1500212327	ALVARADO SHIGUANGO
CYBER Y PAPELEROA SAMY	JULIO ANDRADE BARRIO SANTA CLARA	SAN GABRIEL	401631445	BOLAÑOS OVIEDO
JURLIETH	MALDONADO PARQUE PRINCIPAL	SAN GABRIEL	2100282892	MENESES VALENZUELA
TECNOCELL	CORAL Y VENEZUELA BARRIO CENTRO	SAN GABRIEL	1758136913	IZQUIERDO PANTOJA
VENTA MANGO BICHE	BOLIVAR Y JUNIN	SAN GABRIEL	602361818	DAVALOS DAVALOS
FRIGORIGICO CARNES Y CARNES	AV. 24 DE MAYO	SAN GABRIEL	401549605	VILLARREAL YAMA
ASOCIACION PRODUCTORES DE LECHE	VIA ANTIGUA AL ANGEL	SAN GABRIEL	401373972	CASTRO TERAN
COMERCIAL "MARINITA"	SUCRE Y ROCAFUERTE	SAN GABRIEL	401068127	TREJO PEÑA
VENTA DE LECHE CRUDA DE VACA	TUFIÑO	SAN GABRIEL	400413209	ALVEAR CABRERA
DORIS QUENDI	VIA A TUFÍÑO A 200 METROS DEL CENTRO INFANTIL	SAN GABRIEL	401905575	QUENDI MUEPAS
ACTIVIDADES DE INGENIERIA CIVIL	LAS TEJERIAS	SAN GABRIEL	1103799191	GUAMAN PALADINES

ASO. BUEN FUTURO	AV. UNIVERSITARIA ,UNIVERSIDAD UNIANDES	SAN GABRIEL	401538244	ERAZO CUACES
HOTEL FLOR DE LOS ANDES	SUCRE Y JUNIN	SAN GABRIEL	4,91525E+11	GGCORP S.C.
ACTIVIDADES DE CPNFECCION A LA MEDIDA DE	MANABI Y GUATEMALA	SAN GABRIEL	601784945	MOYON QUISHPE
ACTIVIDADES JURIDICAS	BOLIVAR Y ROBERTO SIERRA	SAN GABRIEL	400165510	ERAZO MONTENEGRO
TIENDA SAYAYIN	AV. VEINTIMILLA Y LA SALUD	SAN GABRIEL	402123988	MORILLO MORILLO
LOCAL N° 832 MERCADO SAN MIGUEL	OLMEDO Y TARQUI	SAN GABRIEL	201372513	ALARCON CABEZAS
AUTO RECOR TULCAN PINTURA	GRAL ANTONIO NARIÑO Y CARLOS OÑA	SAN GABRIEL	401652235	TARAPUES CUASPA
GUAGUATOURS S.A	BOLIVAR Y PICHINCHA	SAN GABRIEL	4,91528E+11	GUAGUA TOURS
MULTISERVICIOS	R.ARELLANO Y ECUADOR	SAN GABRIEL	604258038	OBANDO SUAREZ
PAGA TODO	SUCRE Y BOYACA	SAN GABRIEL	2100273685	CHAPI ACOSTA
ACTIVIDADES DE ARQUITECTURA	9 DE OCTUBRE Y COLON	SAN GABRIEL	400877700	BENAVIDES BOLAÑOS
MORILLO MARTINEZ JOSE ALFREDO	SECTOR SUR	SAN GABRIEL	401213483	MORILLO MARTINEZ
ENFRIADORA "POZO"	AV. RUMIÑAHUI Y JUAN LEON MERA -J. ANDRADE-	SAN GABRIEL	401768999	POZO ORMAZA
PUESTO N° 10 CCP- PLAZOLETA N° 1	CENTRO COMERCIAL POPULAR	SAN GABRIEL	1002981833	SAAVEDRA FUEREZ
AGROCERTEC S.A	BOLIVAR Y LAS GRADAS	SAN GABRIEL	4,91515E+11	AGROCERTEC S.A
LOS JARDINES DE LILI	ROCAFUERTE Y SUCRE	SAN GABRIEL	401766282	BENALCAZAR GUALMATAN
VENTA DE CUYES Y GALLINAS	CHILE ENTRE SUCRE Y AV. CORAL	SAN GABRIEL	401185319	LARA ANGULO
MICROMERCADO ROSITA	CALLE GUATEMALA Y AV. MANABI	SAN GABRIEL	402053797	CANCHALA GARCIA
Q RIKO	CALLE BOLIVAR Y LAS GRADAS	SAN GABRIEL	502252497	TITUAÑA ARIAS
COMBY COMIDAS RAPIDAS	AV.UNIVERSITARIA Y LAS TEJERIAS	SAN GABRIEL	401580469	PASUY BURBANO
SALA DE BELLEZA DANIELA	10 DE AGOSTO Y ESMERALDAS	SAN GABRIEL	1759183559	LASSO PERENGUES
MEGACURSOS ECUADOR	BOLIVAR ENTRE JUNIN Y AYACUCHO	SAN GABRIEL	9,92873E+11	MEGACURSOS ECUADOR
GO FIT	BOLIVAR Y TARQUI	SAN GABRIEL	1004609572	DORADO SEVILLA

PAGA TODO 3	AV. CORAL Y RICARDO DEL HIERRO	SAN GABRIEL	2100273685	CHAPI ACOSTA
ASO. 15 DE MARZO AMBULATES VENTA DE	U.E TULCAN	SAN GABRIEL	1088595279	PANTOJA ORTEGA
VENTA DE VERDURAS	AV. LOS PASTOS Y BARRIO LOS JIBAROS	SAN GABRIEL	400781803	CANDO CUASATAR
VENTA AMBULANTE	SECTOR CALLE SUCRE DESDE PANAMA HASTA AV.	SAN GABRIEL	401118229	BENAVIDES PUERCHAMBU
GLAMOR & STYLE GENESES	BRASIL Y COTOPAXI	SAN GABRIEL	402037436	FUENTES MUÑOZ
MAQUI TU PAN	SUCRE Y JUNIN	SAN GABRIEL	502655525	HUERTAS GUERRA
CLINICAR J.J	MALDONADO ENTRE TARQUI Y QUITO	SAN GABRIEL	400902615	GUIZ ROSERO
PUESTO 58	PANAMA Y OLMEDO	SAN GABRIEL	402062624	TERAN PAUCAR
PANADERIA EL LEÑO	BOLIVAR Y TARQUI	SAN GABRIEL	401146873	RIASCOS RIASCOS
VIVERES BRITZEY	AV. 24 DE MAYO Y CRESPO TORAL	SAN GABRIEL	401133830	LOVATO CHAFUELAN
LA ECONOMIA DE MI VACA	CHICAL FRENTE AL PARQUE	SAN GABRIEL	401603485	SALAZAR SANCHEZ
NAOW GOUP ECUADOR S.A	MALDONADO Y BRASIL	SAN GABRIEL	9,92982E+11	NAOW GROUP ECUADOR S.A
G-LUMA CIA. LTDA.	QUITO Y CARCHI	SAN GABRIEL	4,91529E+11	G-LUMA CIA. LTDA.
PUESTO NO. 365 CENTRO COMERCIAL POPULAR	SUCRE Y PANAMA	SAN GABRIEL	1003878525	PINSAG CASCO
VIVERES RUMIÑAHUI	AV. VEINTIMILLA Y CAMILO PONCE ENRIQUEZ	SAN GABRIEL	1004743223	IPIALES CHICAIZA
VENTA DE ARTESANIAS	PARQUE AYORA	SAN GABRIEL	1758896904	ZAMBRANO AGUDELO
TULCAN DRINKS LICORES	JUAN SANTILLAN PASAJE AZAEL FRANCO	SAN GABRIEL	401725825	PUERRES TATAMUES
STETIC DENTAL	AV. SAN FRANCISCO Y PSJE NAPO	SAN GABRIEL	401093620	TORRES GUERRERO
LA TRADICION DEL CUY CAMPERO	TUFIÑO - BOLIVAR Y 11 DE ABRIL	SAN GABRIEL	401798566	IPIAL TETAMUEZ
KARLITA	SECTOR RUMICHACA	SAN GABRIEL	401848775	PAILLACHO CHAPI
EL PAISA	CALDERON Y BOLIVIA	SAN GABRIEL	9734097	LEON MORENO
PAPEL ARTE	BOLIVAR Y 9 DE OCTUBRE	SAN GABRIEL	401342845	TOBAR TOBAR
VENTA DE CALZADO Y ROPA	LA FUENTE Y LA CHORRERA	SAN GABRIEL	1004628515	IBUJES GUZMAN
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CHIBULEO LTDA.	BOLIVAR ENTRE PANAMA Y ATAHUALPA	SAN GABRIEL	1,89171E+12	CHIBULEO LTDA

ARRIENDO DE OFICINAS Y LOCALES COMERCIALES	MANABI Y BOLIVIA	SAN GABRIEL	1714149158	COLORADO VELEZ
VIVERES "ALEJANDRO"	CHAPUEL VIA A TUFUÑO	SAN GABRIEL	401700398	MORILLO GUEL
WILLIANS PIZZA	21 DE MARZO Y AZUAY	SAN GABRIEL	401672704	CUASAPUD PITACUAR
VENTA AL POR MENOR DE LECHE Y QUESOS	CHAPUEL	SAN GABRIEL	5312885	TAIMBUD RODRIGUEZ
COMPAÑIA DE TAXIS 21 DE ABRIL - DISCO N.06	BRASIL Y OLMEDO	SAN GABRIEL	401308135	FUEL CASTRO
ACTIVIDADES DE ARQUITECTURA	COLON Nº 112 Y QUITO	SAN GABRIEL	400573259	PORTILLA ROSERO
MISTER TEKEÑOS	CDLA. EL ROSAL	SAN GABRIEL	1759318593	ORIHUELA ARRIOJAS
HAPPY TOURS	CDLA. EL ROSAL	SAN GABRIEL	1759318593	ORIHUELA ARRIOJAS
HELADERIA Y CAFETERIA MARITZA	AV. VEINTIMILLA - LA CASCADA	SAN GABRIEL	401367289	MONTENEGRO FUEL
ESTUDIO JURIDICO	AYACUCHO Y BOLIVAR	SAN GABRIEL	401249016	HERRERA NAZATE
BAR KARAOKE - AREA 51	BOLIVAR Y ROCAFUERTE	SAN GABRIEL	401545215	LOMAS MORENO
ZONA SPORT	AV. 24 DE MAYO - REMIGIO CRESPO TORAL	SAN GABRIEL	400740502	BRAVO GOYES
SERVICIOS PROFESIONALES EN ARQUITECTURA	BELGICA E IRLANDA	SAN GABRIEL	1002947529	EGAS HERNANDEZ
SUPER TIENDA	SECTOR RUMICHACA	SAN GABRIEL	400954202	ORTIZ VINUEZA
PAGOS Y ENVIOS POR COMISION	SECTOR RUMICHACA	SAN GABRIEL	400954202	ORTIZ VINUEZA
FISIOMEDICK	OLMEDO Y QUITO	SAN GABRIEL	401422142	AYALA DIAZ
VENTA DE PAPAS	ANDRES BELLO Y PASAJE AMADOR	SAN GABRIEL	401635578	PASPUEL ROSERO
VENTA DE PAPAS Y LEGUMBRES	AV. CORAL INTERSECCION BRASIL	SAN GABRIEL	401829718	FUELTALA MORILLO
SERVICIOS INGENIERIA CIVIL	MIGUEL YAR Y 8 DE DICIEMBRE	SAN GABRIEL	401517164	BOLAÑOS CHAMORRO
PAÑALERA ISRAEL	AV.VEINTIMILLA Y PSJ. SENEPA	SAN GABRIEL	401238415	AZA MORA
HELADERIA DULCE Y TENTACION	OLMEDO Y CHIMBORAZO	SAN GABRIEL	401541032	MARTINEZ SALAZAR
VENTA AL POR MENOR POR COMISIONISTA	AV. CORAL Y RICARDO DEL HIERRO	SAN GABRIEL	401509377	CAMPAÑA ACOSTA
MERCA AHORRO	AV. CORAL Y VENEZUELA	SAN GABRIEL	401629209	ESPAÑA MENESES

VIVERES ANITA	RAFAEL ARELLANO Y CAMPO ELIAS	SAN GABRIEL	401289806	ARELLANO ARELLANO
TIENDA VENTAS DE VERDURAS Y HORTALIZAS	AV. ARGENTINA	SAN GABRIEL	491525460	NIÑO DE IZARRA
VULCANIZADORA SAN JOSE	CARABOBO Y RAFAEL ARELLANO	SAN GABRIEL	401772389	TIRIRA DELGADO
AUTOMOVIL CLUB DEL ECUADOR ANETA	PANAMA Y MANABI	SAN GABRIEL	1,79035E+12	AUTOMOVIL CLUB
VENTA AL POR MAYOR CEREALES (GRANOS)	CALDERON Y BOLIVIA	SAN GABRIEL	401875083	TORO VARGAS
BLACK & WHITE STYLE	AV. VEINTIMILLA Y CAMILO PONCE	SAN GABRIEL	401687470	TORO TUCANES
WAWA NEGRO CAFE	AV. VEINTIMILLA Y JUAN DE VELASCO	SAN GABRIEL	4,91529E+11	CEBALLOS MEDECIS
ISABELLA ESTILO PELUQUERIA UNISEX	VENEZUELA Y MANABI	SAN GABRIEL	401423892	LOZANO CORREA
FERRICENTRO ECONOMICO	24 DE ABRIL Y ANGEL DE UCAR	SAN GABRIEL	401555933	MORA CORAL
REENCAUCHADORA RENBANCLLANT	AV. VEINTIMILLA Y UNIVERSITARIA	SAN GABRIEL	401711957	POZO QUELAL
RESTAURANTE "IMPERIO CHINO"	AV. VEINTIMILLA Y PABLO MUÑOZ VEGA ESQ.	SAN GABRIEL	401463591	YANASCUAL MALTE
ENCANTO DETALLES	SUCRE Y BOLIVAR	SAN GABRIEL	401769054	MONTENEGRO ESTRADA
SALON EL PUNTO CARCHENSE	VENEZUELA Y CORAL	SAN GABRIEL	402124069	MANOBANDA NARVAEZ
VENTA DE ENSALADAS DE FRUTAS Y POSTRES	REC. AV. MANABI Y URUGUAY HASTA CALLE	SAN GABRIEL	400872420	IMBACUAN ALPALA
ARQUITECTO - URBANISMO	COLON Y JUNIN	SAN GABRIEL	400687075	BENITEZ BENAVIDES
BARBER SHOP	BOLIVAR Y JUNIN	SAN GABRIEL	400860466	BAEZ VILLOTA
EL IDOLO RESTAURANT	PANAMERICANA NORTE - JULIO ANDRADE	SAN GABRIEL	401267687	BENAVIDES PEREIRA
FRUTERIA LOPEZ	SUCRE Y 9 DE OCTUBRE	SAN GABRIEL	401810957	LOPEZ PORTILLA
CCYBER PRO	BOLIVAR Y AYACUCHO	SAN GABRIEL	1002093589	CASTILLO CUASQUER
XTASIS BAR	BOLIVIA ENTRE CORAL Y CALDERON	SAN GABRIEL	401526363	CHAMORRO TORRES
FALKO 86	BOLIVAR Y LAS GRADAS	SAN GABRIEL	1001664935	QUEMAC BELALCAZAR
MARATHON OUTLET TULCAN	ANDRES BELLO Y VEINTIMILLA	SAN GABRIEL	1,79141E+12	MARATHON OUTLET
PIZZERIA FULL 04	AV. VEINTIMILLA Y LA PRADERA JUNTO A PICANTERIA	SAN GABRIEL	401169198	PINCHAO TEPUD

LA REINA	AV CORAL Y RICARDO DEL HIERRO	SAN GABRIEL	1758688533	JEOZHUA NIKOLAINE
VENDEDOR AMBULANTE ASOCIACION 11 DE ABRIL	RAFAEL ARELLANO Y LAS GRADAS	SAN GABRIEL	1715280267	MORETA GUAMAN
VENDEDOR AMBULANTE ASOCIACION 11 DE ABRIL	RAFAEL ARELLANO Y LAS GRADAS	SAN GABRIEL	401603097	PIARPUEZAN CUARAN
PUESTO DE MERCADO CHICAL	CALLE PRINCIPAL	SAN GABRIEL	401228655	MARTINEZ PEREIRA
LACTEOS CAMPOVERDE	QUILLACINGA Y OTAVALO	SAN GABRIEL	1082104470	DE LA CRUZ MARCILLO
ESTUDIO JURIDICO	RAFAEL ARELLANO ENTRE ROBERTO SIERRA Y PANAMA	SAN GABRIEL	1802540359	ANALUISA
INGENIERO CIVIL	CDLA. SAN CARLOS	SAN GABRIEL	401109491	LOPEZ VALENCIA
PAPITAS DE SABORES	JUNIN Y COLON	SAN GABRIEL	401710041	RODRIGUEZ MEJIA
VARIETADES JC	JULIO ANDRADE - JUAN MONTALVO	SAN GABRIEL	1759012766	TONGUINO QUETAMA
ACTIVIDADES DE ARQUITECTURA	REMIGIO CRESPO TORAL - ANGELICA MARTINEZ	SAN GABRIEL	401091434	FUERTES BECERRA
CIA. DE TRANSPORTE VELOTAX DISCO NO. 11	ECUADOR Y OLMEDO	SAN GABRIEL	1715061014	BASTIDAS ARMAS
RESTAURANTE CHILES	JUNIN Y BOLIVAR	SAN GABRIEL	401387006	NARANJO PALACIOS
RESTAURANT EL DOLARITO	AV. UNIVERSITARIA Y CAYAMBE	SAN GABRIEL	401192844	GUERRON AGUILAR

Anexo 3. Registro fotográfico



Nota: Las fotografías muestran la aplicación de las encuestas a los propietarios de los locales comerciales de la ciudad de San Gabriel.