



Universidad  
Nacional  
de Loja

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

## FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

### CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Evaluación de la situación actual de los emprendimientos y su desempeño en la ciudad de Loja

Trabajo de Titulación previa a la  
obtención del Título de Licenciado  
en Administración de Empresas.

**AUTOR:**

Juan Carlos Ortega Jaramillo

**DIRECTOR:**

Ing. Thalía del Rocío Quizhpe Salazar, MAE.

Loja – Ecuador

2022

## **Certificación**

Loja, 22 de febrero del 2022

Ingeniera Comercial.

Talía del Rocío Quizhpe Salazar, MAE.

**DIRECTORA DE TESIS/ TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.**

### **CERTIFICO**

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración de tesis de grado titulado: “Evaluación de la situación actual de los emprendimientos y su desempeño en la Ciudad de Loja” de autoría del/la estudiante Juan Carlos Ortega Jaramillo, previa a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja para el efecto, autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.



Firmado electrónicamente por:  
TALIA DEL ROCIO  
QUIZHPE SALAZAR

Ing. Com. Talía Quizhpe Salazar, MAE.

**DIRECTOR/A DE TESIS**

## **Autoría**

Yo, **Juan Carlos Ortega Jaramillo**, declaro ser autor del presente trabajo de titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi trabajo de titulación en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cedula de identidad:** 1150952545

**Fecha:** 11/07/2022

**Correo electrónico:** [juan.c.ortega@unl.edu.ec](mailto:juan.c.ortega@unl.edu.ec)

**Teléfono o Celular:** 0987846002

## **Carta de autorización**

**Carta de autorización del trabajo de titulación por parte del autor para la consulta de reproducción parcial o total, y publicación electrónica del texto completo.**

Yo, **Juan Carlos Ortega Jaramillo**, declaro ser autor del trabajo de titulación titulado: **Evaluación de la situación actual de los emprendimientos y su desempeño en la ciudad de Loja** como requisito para optar el título de **Licenciado en Administración de Empresas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del trabajo de titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 11 días del mes de julio del dos mil veintidós.

### **Firma:**

**Autor:** Juan Carlos Ortega Jaramillo

**Cédula:** 1150952545

**Dirección:** Calles Sucre y Saraguro   **Correo electrónico:** [juan.c.ortega@unl.edu.ec](mailto:juan.c.ortega@unl.edu.ec)

**Celular:** 0987846002

### **DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director del trabajo de titulación:** Ing. Thalía del Rocío Quizhpe Salazar, MAE.

#### **Tribunal de Grado:**

Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán, Mg.

Ing. Vanessa Burneo Celi, MSc.

Ing. Janeth Soledad Gutiérrez Ordóñez, Mgtr.

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mis seres queridos los cuales son mis padres María y Jorge ya que gracias a ellos he podido progresar y salir adelante en mis estudios, así mismo, siempre han estado para apoyarme en todas las situaciones que me he encontrado, por lo que conforman un papel fundamental convirtiéndose en mi motivación principal para terminar con éxito y graduarme.

Por otro lado, también están mis hermanos que agradezco, por su cariño y apoyo con sus conocimientos y opiniones para desarrollar de forma más eficiente el trabajo.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a los docentes y autoridades que han estado guiándome durante todo este periodo universitario, ya que por parte de ellos he podido absorber de forma correcta sus conocimientos y experiencia para un mejor desempeño en el futuro profesional.

***Juan Carlos Ortega Jaramillo***

## **Agradecimiento**

Agradecer a todas las autoridades y trabajadores que conforman la carrera de Administración de Empresas de la UNL, por abrirme las puertas y permitirme adquirir conocimientos importantes dentro del establecimiento educativo.

Así mismo, doy las gracias a mis padres por impulsarme a seguir adelante y no darme por vencido en las situaciones difíciles, por inculcarme el estudio y tener la oportunidad de alcanzar un futuro prometedor.

Agradezco a mis hermanos por siempre aconsejarme y a pesar de que sean bravos y estrictos a la hora de realizar un trabajo, tener un buen corazón e interés en el cumplimiento de mis actividades.

*Juan Carlos Ortega Jaramillo*

## Índice de Contenidos

Portada .....	.....
Certificación.....	ii
Autoría .....	iii
Carta de autorización .....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de Contenidos.....	vii
Índice de Tablas .....	x
Índice de Figuras .....	xi
Índice de Anexos.....	xiii
1. Título .....	1
2. Resumen .....	2
2.1. Abstract .....	3
3. Introducción.....	4
4. Marco teórico.....	6
4.1. Emprendimiento.....	6
4.2. Importancia del Emprendimiento.....	6
4.3. Objetivos del Emprendimiento.....	7
4.4. Tipos de emprendimiento.....	7
4.4.1. Emprendimiento Cultural.....	7
4.4.2. Emprendimientos Novedosos .....	7
4.4.3. Emprendimiento Social.....	8
4.4.4. Según su Actividad Económica .....	8
4.5. Ventajas del Emprendimiento .....	9
4.6. Cultura de Emprendimiento .....	9
4.7. Ecosistema del Emprendimiento.....	9
4.8. Economía.....	11
4.9. Finanzas.....	11
4.10. La Inclusión Financiera para los Emprendimientos.....	11
4.11. Fuentes de Financiamiento para Emprendimientos .....	11

4.12.	Emprendedor .....	13
4.12.1.	Habilidades y Capacidades del Emprendedor .....	13
4.13.	Fuentes de Financiamiento de Emprendedores (TEA) según su Etapa de Negocio .....	13
4.14.	Marketing .....	14
4.14.1.	El Marketing Digital .....	14
4.15.	Innovación .....	15
4.16.	Innovación de Productos y Procedimientos de los Emprendedores en la TEA .....	15
4.17.	Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.....	16
4.18.	Administración .....	16
4.19.	Pandemia .....	16
4.20.	COVID 19 .....	17
4.21.	Efectos y desafíos de la pandemia.....	17
4.22.	Reacción de los emprendimientos frente a la crisis sanitaria del COVID 19 .....	17
4.23.	Comportamiento del emprendimiento trascendiendo a la postpandemia.....	18
4.24.	Evaluación .....	20
4.25.	Reactivación económica.....	20
5.	Metodología.....	21
5.1.	Fuentes de investigación .....	21
5.2.	Población investigada.....	21
5.3.	Técnicas de recolección de información .....	22
5.4.	Materiales .....	22
5.5.	Procedimiento.....	23
6.	Resultados.....	24
6.1.	Base de Datos .....	24
6.1.1.	Gobierno Provincial de Loja.....	24
6.1.2.	Municipio de Loja .....	24
6.2.	Clasificación de emprendimientos según su actividad económica .....	25
6.3.	Proceso de encuesta.....	26
6.4.	Soluciones de Reactivación Económica.....	42
6.4.1.	Ventas online .....	42
6.4.2.	Publicidad .....	50



6.4.3. Feria de emprendimientos .....	54
7. Discusión .....	56
8. Conclusiones.....	58
9. Recomendaciones .....	59
10. Bibliografía .....	60
11. Anexos .....	64

## Índice de Tablas

Tabla 1 Fuentes de Financiamiento para Emprendimientos .....	12
Tabla 2 Materiales utilizados en el desarrollo de la investigación .....	22
Tabla 3 Tipo de actividad económica .....	25
Tabla 4 Género.....	26
Tabla 5 Conocimiento de Instituciones que brinden apoyo al emprendimiento.....	27
Tabla 6 Aspectos que Impide el Crecimiento del Emprendimiento .....	28
Tabla 7 Destino de los ingresos generados por el emprendimiento.....	29
Tabla 8 Punto de vista del emprendimiento frente a la pandemia .....	30
Tabla 9 Situación del emprendimiento conforme a los ingresos .....	31
Tabla 10 Factores que provocaron el tener ingresos negativos al emprendimiento .....	32
Tabla 11 Factores que provocaron el tener ingresos positivos al emprendimiento .....	33
Tabla 12 Decisión de los emprendedores al adaptar nuevos métodos de trabajo en pandemia...	34
Tabla 13 Método de trabajo adaptado por el emprendimiento en tiempos de pandemia .....	35
Tabla 14 Situación de los ingresos en el emprendimiento - postpandemia .....	36
Tabla 15 En qué porcentaje aumentaron los ingresos en el emprendimiento - postpandemia .....	37
Tabla 16 En qué porcentaje disminuyeron los ingresos en el emprendimiento - postpandemia .	38
Tabla 17 Razones del aumento o disminución de ingresos en emprendimientos frente a la postpandemia .....	39
Tabla 18 Influencia de la pandemia en la economía de los emprendimientos en la ciudad .....	40
Tabla 19 Interés de recurrir a soluciones de reactivación económica para el emprendimiento ..	41

## Índice de Figuras

Figura 1 Fuentes de financiamiento de emprendedores (TEA) en los últimos años según su etapa de negocio .....	14
Figura 2 Innovación de productos y procedimientos de los emprendedores en la TEA.....	15
Figura 3 Efectos y Desafíos de la pandemia.....	17
Figura 4 Reacción de los emprendimientos frente a la crisis sanitaria del COVID 19 .....	18
Figura 5 Género .....	26
Figura 6 Conocimiento de Instituciones que brinden apoyo al emprendimiento .....	27
Figura 7 Aspectos que Impide el Crecimiento del Emprendimiento .....	28
Figura 8 Destino de los ingresos generados por el emprendimiento .....	29
Figura 9 Punto de vista del emprendimiento frente a la pandemia.....	30
Figura 10 Situación del emprendimiento conforme a los ingresos.....	31
Figura 11 Factores que provocaron el tener ingresos negativos al emprendimiento.....	32
Figura 12 Factores que provocaron el tener ingresos positivos al emprendimiento.....	33
Figura 13 Decisión de los emprendedores al adaptar nuevos métodos de trabajo en pandemia .	34
Figura 14 Método de trabajo adaptado por el emprendimiento en tiempos de pandemia .....	35
Figura 15 Situación de los ingresos en el emprendimiento - postpandemia.....	36
Figura 16 En qué porcentaje aumentaron los ingresos en el emprendimiento - postpandemia...	37
Figura 17 En qué porcentaje disminuyeron los ingresos en el emprendimiento - postpandemia	38
Figura 18 Razones del aumento o disminución de ingresos en emprendimientos frente a la postpandemia .....	39
Figura 19 Influencia de la pandemia en la economía de los emprendimientos en la ciudad.....	40
Figura 20 Interés de recurrir a soluciones de reactivación económica para el emprendimiento ..	41
Figura 21 Inicio de la plataforma web - wix.....	43
Figura 22 Opción al desarrollo de la tienda online .....	43
Figura 23 Inicio de sesión.....	44
Figura 24 Edición de plantillas prediseñadas.....	44
Figura 25 Herramientas y recursos de edición.....	45
Figura 26 Insertar logo.....	45
Figura 27 Opción Wix Store .....	46
Figura 28 Opción para agregar productos.....	47

Figura 29	Lista de productos.....	47
Figura 30	Información del producto .....	48
Figura 31	Establecimiento del producto a la tienda.....	48
Figura 32	Tienda virtual.....	49
Figura 33	Inicio Telegram .....	51
Figura 34	Sección para crear el catálogo .....	52
Figura 35	Desarrollo del catálogo.....	52
Figura 36	Información para el catálogo .....	53
Figura 37	Publicación del catálogo terminado.....	53
Figura 38	Encuesta digital .....	69
Figura 39	Petición a la participación de la encuesta digital a emprendedores por medio de canales de comunicación digital – Evidencia 1 .....	69
Figura 40	Petición a la participación de la encuesta digital a emprendedores por medio de canales de comunicación digital – Evidencia 2 .....	70
Figura 41	Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 1 .....	70
Figura 42	Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 2 .....	71
Figura 43	Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 3 .....	71
Figura 44	Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 4 .....	72
Figura 45	Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 5 .....	72
Figura 46	Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 6 .....	73
Figura 47	Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 7 .....	73
Figura 48	Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 8 .....	74

Figura 49 Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 9 .....	74
Figura 50 Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 10 .....	75
Figura 51 Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 11 .....	75
Figura 52 Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 12 .....	76
Figura 53 Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 13 .....	76
Figura 54 Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 14 .....	77
Figura 55 Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 15 .....	77
Figura 56 Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 16 .....	78
Figura 57 Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 17 .....	78
Figura 58 Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 18 .....	79
Figura 59 Proceso de aplicación de encuesta en formato presencial - Evidencia 1 .....	79
Figura 60 Proceso de aplicación de encuesta en formato presencial - Evidencia 2 .....	80
Figura 61 Proceso de aplicación de encuesta en formato presencial - Evidencia 3 .....	81

### **Índice de Anexos**

Anexo 1 Formato de encuesta dirigida a los emprendedores .....	64
Anexo 2 Solicitud base de datos emprendimientos .....	68
Anexo 3 Aplicación de la encuesta .....	69
Anexo 4 Certificado de Traducción .....	82

## **1. Título**

Evaluación de la situación actual de los emprendimientos y su desempeño en la ciudad de Loja.

## 2. Resumen

El siguiente trabajo de titulación versa sobre el estudio y análisis de la situación actual de los emprendimientos y su desempeño en la ciudad de Loja, a partir de lo ocurrido durante el periodo de pandemia y confinamiento, causa directa de la proliferación del virus SARS-CoV-2, que derivó en complicaciones en el ejercicio de las actividades de los emprendedores, influyendo en las decisiones que llevaron a diferentes caminos a sus negocios. Para ello se diseñó y aplicó un formato de encuesta a una cantidad objetivo de 150 emprendimientos, lo que aportó seguidamente a la obtención de información necesaria para el proceso de definición de las características y variables dando paso al desarrollo del trabajo. En consecuencia, los resultados evidenciaron el estado de los diferentes emprendimientos, así como la acción en respuesta a la situación por parte de los emprendedores, lo que permitió esbozar una serie de propuestas que con ayuda del uso de plataformas situadas en el internet y de un modo digital, dieron paso a la aplicación de tiendas online como otros servicios actualizadas lo que facilitará a la persona que se dedica a este tipo de actividad obtener un mejor desempeño de sus acciones y de este modo direccionar al emprendimiento lojano a una reactivación económica satisfactoria. Así mismo, se presentan las conclusiones las cuales demuestran que los resultados propuestos en la investigación impulsaran a que estos negocios se familiaricen mayormente con la aplicación de nuevos recursos y a su vez les permita obtener una óptima gestión de su trabajo en el entorno.

**Palabras clave:** emprendimiento, emprendedor, Covid – 19, reactivación económica, negocios.

## 2.1. Abstract

The following degree work deals with the study and analysis of the current situation of the entrepreneurships and their performance in the city of Loja, based on what happened during the period of pandemic and confinement, direct cause of the proliferation of the SARS-CoV-2 virus, which led to complications in the exercise of the activities of entrepreneurs, influencing the decisions that led to different paths to their businesses. For this purpose, a survey format was designed and applied to a target number of 150 entrepreneurships, which then contributed to obtain the necessary information for the process of defining the characteristics and variables leading to the development of the work. Consequently, the results evidenced the state of the different entrepreneurships, as well as the action in response to the situation by the entrepreneurs, which allowed outlining a series of proposals that with the help of the use of platforms located on the internet and in a digital way, gave way to the application of online stores as other updated services which will facilitate the person who is dedicated to this type of activity to obtain a better performance of their actions and thus direct the Lojano entrepreneurship to a satisfactory economic reactivation. Likewise, conclusions are presented which show that the results proposed in the research will encourage these businesses to become more familiar with the application of new resources and in turn allow them to obtain an optimal management of their work in the environment.

**Key words:** entrepreneurship, entrepreneur, Covid – 19, economic reactivation, business



### 3. Introducción

La situación actual de los emprendimientos en Ecuador se ha visto afectada por los cambios en la economía debido a la pandemia, por lo que muchas personas han ido perdiendo sostenibilidad en su vida personal y familiar ocasionado por la falta de ingresos por el trabajo escaso en los negocios. Es por ello que para el año 2019 en donde comenzó todo, el porcentaje que se obtiene por el cierre de los emprendimientos es de 9,23%, mientras que esta cifra para el siguiente año aumenta considerablemente a un 24,6% debido al constante contagio y la inexistencia de soluciones (Vélez et al., 2020).

Dado el problema de la pandemia y un enfoque en los emprendimientos locales, se observó a través de distintos noticieros, reportes, investigaciones y entrevistas que brindaban los medios de información, que varios de los factores que ocasionaron el cierre de estos negocios, fueron las restricciones impuestas por las comisiones de salud para preservar la protección ciudadana, estableciendo medidas como el aislamiento y distanciamiento social. Estos tomaron un papel muy fuerte ya que ninguna persona durante este tiempo no se atrevía a salir de sus hogares a realizar actividades normales, por lo que todo esto fue ocasionando pérdidas en las ventas de los negocios y por ende falta de ingreso a los emprendedores.

Los emprendimientos representan un factor importante para la generación de valor agregado en el entorno económico del medio local y nacional; sin embargo, no existe un ecosistema dinámico y sostenible que permita identificar las condiciones del mercado y el acceso a los recursos que favorezcan la formación de un ambiente propicio para que los emprendedores lleven a cabo sus iniciativas, y de esta forma, obtener un desarrollo integral en su economía.

De esta manera el realizar una evaluación de la situación actual de los emprendimientos permite conocer el estado en que se encuentran los emprendedores y en base a ello poder obtener soluciones que faciliten a estos adquirir un óptimo desempeño en el mercado y por ende un mejoramiento económico.

Por ello el presente trabajo de investigación aporta de manera social y económica en la ciudad, ya que permite establecer estrategias a los diferentes emprendimientos establecidos y, a partir de esto poder generar un mejor desempeño en sus actividades. Así mismo para cumplir de un modo óptimo con lo planificado, el trabajo se encuentra compuesto por varias secciones, entre las cuales están el marco teórico el cual se realizó en base a la bibliografía contemporánea y

actualizada, donde se fundamentaron conceptos esenciales del emprendimiento, su importancia, objetivos, tipos, ventajas, cultura y ecosistema. La metodología se aplicó el método descriptivo el cual ayudo explicar, ordenar y analizar a profundidad la investigación que se obtuvo por parte de los emprendedores a través de la encuesta que conformo la técnica más importante de recolección de información. En los resultados se procedió a realizar por medio de una base de datos otorgada por parte las instituciones pertinentes, una clasificación de los diferentes emprendimientos según su actividad económica, así como obtener información importante como el nombre de su negocio y contacto. Luego se realizó las interpretaciones de una forma adecuada que permitió conocer las variables encontradas en las respuestas de las encuestas que como parte final ayudaron a tener claro las propuestas que resultaron factibles de aplicar para una reactivación en la economía de los emprendimientos. Por otro lado, se encuentra la discusión donde se presentaron información de otros autores relacionados al tema del emprendimiento los cuales fueron de ayuda para realizar comparaciones con los resultados obtenidos en el presente trabajo. Por último, se expusieron las conclusiones como recomendaciones las cuales se establecieron conforme a los objetivos planteados.

## 4. Marco teórico

La fundamentación teórica del estudio se elaboró mediante la recopilación de información bibliográfica en temas específicos relacionados con emprendimiento, administración, finanzas. Todo esto con la finalidad de conocer el perfil del emprendedor y las habilidades que posee, así como las fuentes de financiamiento de las cuales se apoya para la puesta en marcha del negocio. De igual forma, en el siguiente apartado se presentarán varios elementos que serán importantes en el desarrollo y análisis del proyecto, tales como la el ecosistema y comportamiento empresarial de los emprendimientos en el Ecuador, las cuales ayudarán a entender de mejor manera el entorno, para de esta forma generar las respectivas conclusiones del por qué el emprendimiento tiene mayor participación en la economía ecuatoriana en la actualidad y en base a estos resultados optar por presentar las propuestas que provocarán una reactivación económica conforme al entorno local.

### 4.1. Emprendimiento

El emprendimiento es un tema que se debe de tomar con mayor atención en el país debido a que esta actividad en su mayoría se la práctica como una forma de salida para las personas que no tiene empleo o que buscan sostenibilidad. Esto se lo utiliza para generar ganancias ya que por medio de ella en base a una idea innovadora y el establecimiento de un negocio se crea la acción de satisfacer una necesidad en el entorno. Por otro lado, también se habla de un espíritu empresarial el cual cumple un rol fundamental dentro del emprendimiento, ya que por medio de esta se toma a consideración un conjunto de actividades que se cumplen conforme a las habilidades correctas de un emprendedor (Pérez, 2019).

### 4.2. Importancia del Emprendimiento

Según Gutiérrez (2021), conforma un papel fundamental en el desarrollo económico y personal de las personas con el propósito de mejorar la forma en que estas viven. Así mismo, comenzar un negocio productivo puede generar una mejor situación económica para la persona que lo esté realizando y por ende también a su familia. Por otra parte, tomando a consideración que el emprendimiento es una actividad de fenómeno global y que se la práctica en distintos países, el autor mencionado anteriormente señala tres razones por las cuales es importante:

- **Mejora los salarios y el crecimiento económico:** Al realizar ideas innovadoras de emprendimiento, se producen en el mercado una serie de distintos espacios en el cual se encontrará una demanda laboral de mayor impacto, lo cual en esta se realizará una

actividad de intercambio tanto de bienes como servicios, lo cual generará un aumento económico.

- **Amplia el conocimiento y las posibilidades:** Cada vez que pasa el tiempo ocurren nuevos problemas de los que no se sabe cómo arreglarlos, y es por ello que el emprendimiento debe surgir como un negocio que presente un producto y servicio innovador que pueda ayudar a resolver el problema actual, por esa razón las personas que tienen o quieren generar este tipo de negocio, deben estar en constante desarrollo y descubriendo nuevos conocimientos para de este modo sacar provecho de él.
- **Mejora la calidad de vida de las personas:** Cuando se establece un emprendimiento que impulse a la venta de algo nuevo y novedoso en el mercado, esta tendrá sus beneficios ya que, si esta se adapta a las necesidades actuales de los clientes a su alrededor, cubrirán una demanda en la cual se obtengan resultados positivos tanto de los clientes como los emprendedores.

#### **4.3. Objetivos del Emprendimiento**

El emprendimiento es una iniciativa que se la realiza por parte de un individuo con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado y de esta forma servir y ayudar a las personas que presentan una necesidad. Por otra parte, tiene como objetivo desarrollar ciertas actividades que permitan generar ingresos a los dueños de este tipo de negocios. Por último, desde un punto de vista más general, el emprendimiento tiene como propósito impulsar al desarrollo económico de un país.

#### **4.4. Tipos de emprendimiento**

##### **4.4.1. *Emprendimiento Cultural***

Este tipo de emprendimiento es muy importante, por lo que aquí se desarrollan productos o servicios que representan y dan significado al país o ciudad en donde se está laborando. Así mismo esta puede considerarse como aquella que se encarga de generar organizaciones de formal cultural con el objetivo de elevar las costumbres y el valor simbólico demográfico (Sandoval, 2020).

##### **4.4.2. *Emprendimientos Novedosos***

Un negocio innovador se refiere a los productos y servicios que se crean a partir de una investigación y desarrollo. De este modo en este tipo de emprendimiento se puede crear una ventaja

competitiva ya que genera una solución de un problema actual en la sociedad por medio de la creación de algo nuevo y actualizado (Sandoval, 2020).

#### **4.4.3. *Emprendimiento Social***

Este emprendimiento se refiere a aquellas iniciativas que tiene como objetivo primordial mediante la innovación de una idea, presentar una solución en la sociedad y de esta manera generar un impacto cuyo propósito resulte una oportunidad de mejor desarrollo para las personas en el entorno. Así mismo, con los principios de este tipo de negocio se propone en crear un cambio social que junto a una misión clara y exacta se sirva a las poblaciones más afectadas del planeta, para así tener una economía justa, equitativa y sostenible (Unlimited, 2020).

#### **4.4.4. *Según su Actividad Económica***

De la manera en cómo lo cita Nicuesa (2017) los emprendimientos que se dan por el tipo de actividad económica son aquellas que se encuentran distribuidas acorde a su desarrollo laboral. Así mismo, esta permite la existencia de riqueza dentro del país o ciudad, por lo cual estos tipos de negocios que se mencionan se clasifican en:

- **Emprendimiento de servicios:** Se encuentran ubicados los emprendimientos que se encargan en ofrecer servicios de una forma particular, estos también se caracterizan por tener un conocimiento especializado en un sector con la finalidad de satisfacer una necesidad en específico.
- **Emprendimientos de fabricación:** Este tipo de emprendimiento es aquel que se encarga de comprar materias primas para luego transformarlas en un producto y este pueda ser llevado a la venta. Por otro lado, para obtener este resultado es necesario que se tengan la maquinaria o materiales de trabajo óptimos para de este modo no tener complicaciones que puedan provocar dificultades posteriormente.
- **Emprendimientos comerciales:** Están enfocadas en la actividad de compra y venta en donde existe la participación directa tanto del emprendedor y el cliente. Así mismo, este tipo de emprendimiento tienen una característica esencial, y es que el producto que se está promocionando para su venta debe de ser innovador o apto para satisfacer una necesidad en el mercado en que esta se encuentra.

#### **4.5. Ventajas del Emprendimiento**

Se pueden tener varios factores positivos al implementar un emprendimiento ya que es una idea que tiene por objetivo satisfacer una necesidad en el entorno por medio de un servicio o producto nunca antes visto. Según Moctezuma (2018) el crear un propio negocio tiene sus ventajas, y estas son:

- Autonomía
- Satisfacción
- Trabajar por algo propio
- Obtener mejores fuentes ingresos
- Prestigio por parte de la sociedad
- Trabajar en lo que te apasiona

#### **4.6. Cultura de Emprendimiento**

Hace referencia a la toma de decisiones y el actuar de la persona, con el propósito de generar ingresos en base a las oportunidades presentes en el entorno. Se hace presente el desenvolvimiento mejorado de una visión con el afán de tener un amplio conocimiento sobre la situación actual que acompañada con un desarrollo positivo de liderazgo crea un riesgo calculado cuyo resultado produce beneficios a las empresas y sus emprendedores (Fernando Hidalgo Proaño, 2015). También se puede argumentar que aquí los valores, creencias y talentos que los emprendedores decidan tomar en su negocio y en el momento adecuado importa demasiado, ya que es algo fundamental que hará que estos se diferencien de los demás provocando un comportamiento de forma colectiva y de esa manera poder establecer una identidad propia.

#### **4.7. Ecosistema del Emprendimiento**

Como lo describe la UNCTAD (2020) hace referencia a las áreas más importantes y estratégicas que a su vez son esenciales ya que influyen en el proceso emprendedor y sobre todo en la obtención de habilidades requeridas para emprender. Por otra parte, dentro de este contexto es muy importante analizar los dominios que conforman este ecosistema, por lo que el autor que se menciona anteriormente describe a cada uno y con sus características de la siguiente forma:

- **Innovación:** Se la conoce como la acción de introducir nuevas ideas tales, como productos o servicios con el fin de que estos presenten una particularidad que los diferencie de los ya existentes. Así mismo, este punto es esencial en el emprendimiento

ya que, por medio de este, llevar a cabo cualquier desarrollo de unidad productiva significa conseguir un producto o proceso mejorado.

- **Talento Humano:** La aptitud emprendedora demuestra características completamente bien desarrolladas en los que de alguna u otra forma se resuelven los problemas de un modo creativo y efectivo, consiguiendo como resultado vencer a los desafíos personales. Es por ello que cada emprendedor junto a su emprendimiento se adjunta metas y objetivos por cumplir. Es así que es muy importante dar revisión a las condiciones de cada individuo para obtener resultados sobre sus capacidades emprendedoras.
- **Política y marco normativo:** Consiste en dar revisión a todos los métodos imprescindibles para la constitución de un emprendimiento, el lanzamiento de un producto o la operación de un proyecto.
- **Asesoría y soporte:** La característica primordial de este dominio es de que esta representa aquella dirección y servicios asociados a la infraestructura para el desarrollo de los emprendimientos.
- **Mercado:** Define las características esenciales que debe tener el mercado en el que el emprendimiento se encuentra ubicado, con la finalidad de que el servicio y producto que se esté ofreciendo en el entorno sea el adecuado y se adapte a la necesidad presente. Es por ello que en este punto se hace referencia al estado, tamaño y mecanismos que permitan un acceso estable. Así mismo, aquí se encuentra la demanda interna, en la cual su principal cometido es poder basarse en el poder de compra de la población en general y los patrones de consumo que estos presentan, dando de algún modo una oportunidad a que los emprendimientos se desarrollen tomando como idea la innovación y diferenciación.
- **Cultura:** Influyen sobre la forma de actuar de las personas, esto son los valores y creencias. Predominan de una forma importante en el ecosistema ya que dependiendo de las opiniones variadas de los consumidores el resultado será positivo o negativo. Así mismo, los modelos de rol, experimentación, creatividad y ambición de superación son características importantes que intervienen a la hora de emprender e innovar.
- **Financiamiento:** Conforman todas las herramientas financieras que son de importancia para que los emprendedores puedan atender sus necesidades de sus emprendimientos en

las diferentes etapas del proceso. Aquí se toma en cuenta los recursos con los que se debe de iniciar un proyecto, ya sea maquinaria, productos o tecnología.

#### **4.8. Economía**

Se refiere a la atención de las necesidades de las personas por medio de las actividades que se desarrollan en la sociedad, todas estas a través de la producción y respectiva distribución de bienes y servicios. Las actividades económicas se emplean desde un punto de perspectiva social, cultural, político y medioambiental. Por otra parte, se toma a consideración factores, medioambientales y que no son económicos por la razón de que estos son fundamentales en el desarrollo económico y social de cualquier país (Albuquerque, 2018).

#### **4.9. Finanzas**

Es aquella que se encarga de dirigir de forma correcta el dinero con la finalidad de que exista una buena optimización y así poder obtener una eficiente inversión, financiación, entrada y salida de dinero. Esta a su vez se encarga de que el valor de la empresa se maximice por medio de la atención de todos los compromisos en lo que respecta a la salida de dinero de la organización (Ponce et al., 2019).

#### **4.10. La Inclusión Financiera para los Emprendimientos**

Su propósito es brindar un alto grado de oportunidad a los emprendimientos de conseguir servicios financieros de tipo formal y de esta manera permitir tener una eficiente administración de los recursos, planificación de gastos, y un menor costo de transacción. Por otro lado, otorga acceso a información sobre un financiamiento más barato y menos riesgoso, con la finalidad de que las personas que vayan a emplear un negocio o emprendimiento conozcan los pasos y directrices a seguir para dar puesta en marcha de una forma correcta a todos los gastos y fuentes de financiamiento (Torres & Valdivieso, 2019).

#### **4.11. Fuentes de Financiamiento para Emprendimientos**

Como se puede observar en la **Tabla 1** existen varias formas de financiar un emprendimiento en el Ecuador, y estas son:



**Tabla 1.***Fuentes de Financiamiento para Emprendimientos*

<b>Tipo de financiamiento</b>	<b>Características</b>
<b>Financiamiento Interno</b>	Conocido como autofinanciación se torna cuando los emprendimientos realizan una actividad comercial y a través de estas consiguen recursos propios que les servirán para un futuro próximo.
<b>Apalancamiento Financiero</b>	Consiste en realizar una unión entre dos partes, estas pueden ser los fondos pertenecientes del emprendimiento mismo, y las fuentes externas, como las entidades bancarias y la oferta crediticia que son las provenientes de los ahorros obtenidos por bancos o por otras entidades que realizan prestamos de manera informal.
<b>Bootstrapping</b>	Es utilizada por parte de los negocios que recién van a empezar en el mercado y únicamente solo con lo que se tenga a disposición en ese momento para que de esta manera se pueda realizar la actividad de emprender. Este tipo de financiamiento no depende de terceros y no se necesita de una gran inversión para iniciar.
<b>Inversionistas Ángel</b>	Se refiere a la persona que tiene conocimiento y experiencia para aportar al emprendedor. Esta también tiene el propósito de aportar con capital a una idea o negocio que parezca rentable y con alto potencial de crecimiento, con el afán de obtener un porcentaje de utilidades por parte de las ganancias del negocio.
<b>Incubadoras de Proyectos</b>	Son instituciones que cumplen con el objetivo de apoyar un emprendimiento con herramientas, conocimientos, innovación y espacios en donde esta se puede desarrollar de una manera confortable. Aquí, tienen participación las impulsadoras de negocios, que apoyan a los emprendimientos ya establecidos y que necesitan de inversión para poder crecer.
<b>Crowdfunding y Crowdlending</b>	Crowdfunding realiza el proceso para recaudar la cantidad necesaria y poder de esta forma financiar los proyectos que no tienen capital para invertir y desarrollarse continuamente en el mercado. Crowdlending realiza una financiación colectiva, con la diferencia de que los que aportan, en este caso los pequeños inversores, esperan recuperar su inversión con intereses y de este modo generar ganancias.

**Nota:** (Banco Pichincha, 2021) Formas de Financiamiento para Emprendimientos en Ecuador

#### **4.12. Emprendedor**

Se refiere al emprendedor como a un individuo que posee ciertas habilidades especiales y que a su vez es atento e intuitivo con voluntad de cambio y transformación. Estas personas son diferentes, por lo que no siguen de forma secuencial las mismas actividades como un trabajo normal, por lo que estos rompen rutinas y son capaces de adaptarse y mantener situaciones de incertidumbre para en base a sus habilidades generar economía y una competencia basada en innovación (Díaz de Alda, 2017).

##### ***4.12.1. Habilidades y Capacidades del Emprendedor***

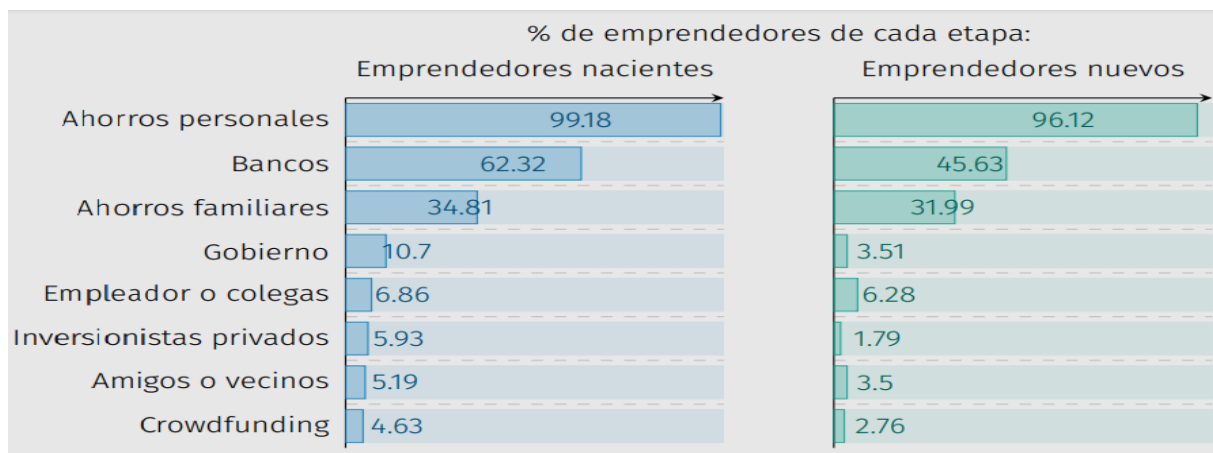
Es importante tener conocimiento sobre las habilidades y capacidades ya que es lo que caracteriza a un emprendedor a la hora de que esta realiza su actividad. Es así que se dispone de dos habilidades necesarias que se debe de tener en cuenta por parte de una persona al querer iniciar o realizar un emprendimiento; en primer lugar, se tiene a la habilidad de los emprendedores, la cual se refiere a la habilidad que tiene una persona para identificar los problemas y de ese modo aprovechar las oportunidades obtenidas de la misma, permitiéndole iniciar un emprendimiento, sin importar el número de recursos que tenga bajo su control. Por otra parte, en segundo lugar, se habla acerca del diagnóstico, ya que esta demuestra la capacidad para analizar y entender las causas y consecuencias de un problema ocurrido en el entorno (Ovalles et al., 2018).

#### **4.13. Fuentes de Financiamiento de Emprendedores (TEA) según su Etapa de Negocio**

En los dos últimos años se observa que los emprendedores recurren a varias fuentes para financiar sus proyectos. En este caso se argumenta que la mayoría en ambos lados ya sea para emprendedores nacientes o nuevos, recurre a sus ahorros personales para los requerimientos de inversión inicial. La segunda fuente más usada son los préstamos a instituciones financieras; la opción presentó un porcentaje del 62,3% de los emprendedores nacientes, y 45,6% de los emprendedores nuevos. Así mismo, se puede observar y realizar una comparación entre el uno y el otro, obteniendo la conclusión de que los pertenecientes a emprendedores nuevos recurren menos a fuentes como: ahorros familiares, gobierno, colegas, inversionistas privados, amigos o vecinos y crowdfunding. Este resultado se obtiene debido a las consecuencias presentes de los diferentes filtros a los que son sometidos los emprendedores al aplicar a este tipo de fondos (Lasio et al., 2020).

**Figura 1**

*Fuentes de financiamiento de emprendedores (TEA) en los últimos años según su etapa de negocio*



**Nota:** (Lasio et al., 2020) Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019 – 2020

#### **4.14. Marketing**

Se utiliza frecuentemente para realizar un estudio sobre la conducta que toman los consumidores, además de implantar normas de carácter psicológicos y estratégicos que demuestran la forma en como un individuo decide obtener un producto o servicio. Esta también aborda investigaciones desde el punto de vista de la innovación de productos, determinación de precios, identificación de lugares estratégicos de ventas, así como, el diseño de publicidad, todo esto con la finalidad de que se permita dar a conocer lo que se está ofreciendo en el mercado de una manera más óptima. (Samuel et al., 2017).

##### ***4.14.1. El Marketing Digital***

Se refiere al uso de tecnologías actualizadas y digitales para crear una comunicación de forma integrada, focalizada y medible con el propósito de ayudar a retener a los clientes mientras se construye una serie de relaciones más profundas con ellos. Incluye el uso de dispositivo como computadoras personales, tabletas y teléfonos móviles que se usan en su totalidad hoy en día para de esta forma poder acceder a los consumidores respectivos a través de plataformas o programas. La publicidad juega un rol importante ya que por medio de estas se puede subir y promocionar el producto o servicio que la persona este ofreciendo en las redes sociales, con la finalidad de que esta se dé a conocer de una forma más rápida y así llegar a varios segmentos en el mercado (Langan et al., 2019).

#### 4.15. Innovación

Hace referencia a la modificación o cambio a una idea ya existente con la finalidad de adaptarla a las necesidades actuales del entorno. Por otro lado, estas también pueden ser creadas para ser comercializadas en el mercado de una manera favorable y de este modo cubrir los problemas presentados por parte del segmento analizado (Dziallas & Blind, 2019).

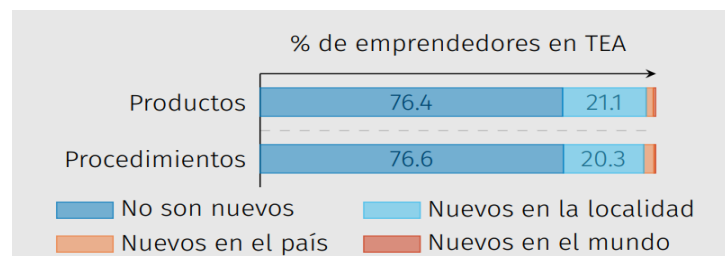
#### 4.16. Innovación de Productos y Procedimientos de los Emprendedores en la TEA

En los dos últimos años sobre la innovación en los productos realizados por el GEM se introdujo una serie de preguntas respecto al componente geográfico, donde el estudio demuestra si los productos y procesos aplicados por parte de los emprendedores son innovadores a nivel local, nacional e internacional. Los resultados obtenidos demuestran que la innovación desde el punto de vista a nivel global es un fenómeno inusual. Ecuador a pesar de ser uno de los países con una elevada actividad emprendedora, pocos son los que presentan la innovación adecuada. Se menciona que de cada 4 emprendedores 3 ofertan productos y servicios que no son nada nuevos para el mercado local, por lo que se observa la falta de visión por parte del emprendedor en su negocio. Así mismo, otros datos arrojan resultados demostrando que de cada 5 emprendedores solo 1 ofrece productos nuevos que no existían en el mercado local, pero si en otros lugares. Por otro lado, estas tendencias son iguales con otros países ubicadas en la región, con diferencia de Chile, cuya TEA es de forma similar a la de Ecuador, donde aproximadamente cada 3 emprendedores 1 ofrece productos nuevos en comparación al mercado local (Lasio et al., 2020).

Los niveles de innovación local para los productos y servicios en el mercado se presentan con un grado de frecuencia mayor en las personas preparadas, que quieren aplicar sus conocimientos tecnológicos y actualizados para hacer la diferencia con el propósito de acumular riqueza y no por necesidad.

#### Figura 2

*Innovación de productos y procedimientos de los emprendedores en la TEA*



**Nota:** (Lasio et al., 2020) Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019 – 2020

#### **4.17. Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación**

Tiene por objetivo impulsar al emprendimiento y su innovación en el mismo, con la finalidad de que se muestre una motivación al establecer algo nuevo y actualizado en el entorno, y de esta manera cubrir un problema generado en base a la necesidad por parte de las personas. El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020).

Por otra parte, según el Art. 5. de la respectiva ley Orgánica de emprendimiento e innovación hace referencia a las obligaciones del estado referente al emprendimiento e innovación, las cuales son las siguientes (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020):

##### **Art. 5.- Obligaciones del Estado.**

- Brindar apoyo a los emprendimientos por medio del establecimiento políticas y normas publicas apropiadas al desarrollo social.
- Disminuir la cantidad de permisos o tramites solicitados para la creación, operación y cierre de empresas, en todos los niveles de gobierno.
- Proveer los medios necesarios para la implementación de políticas públicas que se emitan en la aplicación de la respectiva ley.

#### **4.18. Administración**

Se la conoce como a un conjunto de actividades en las cuales dentro de ellas se pone en práctica lo que es la planeación, organización, dirección y control dirigidas a la organización, con la finalidad de que se desarrolle de una forma óptima en el lugar en donde esta se encuentra. Por otra parte, se toma en consideración a los recursos humanos, físicos y financieros los cuales toman un papel fundamental para el logro de las metas y objetivos propuestos (Griffin, 2011)

#### **4.19. Pandemia**

Se define a la pandemia como un fenómeno que ocurre a partir de un brote epidémico por parte de una enfermedad contagiosa de las personas y esta se extiende por toda el área geográfica por lo que a su vez se va esparciendo cada vez más a distintos países si no se han tomado las medidas necesarias que aporten a la seguridad y bienestar de la salud (Pulido, 2020).

#### 4.20. COVID 19

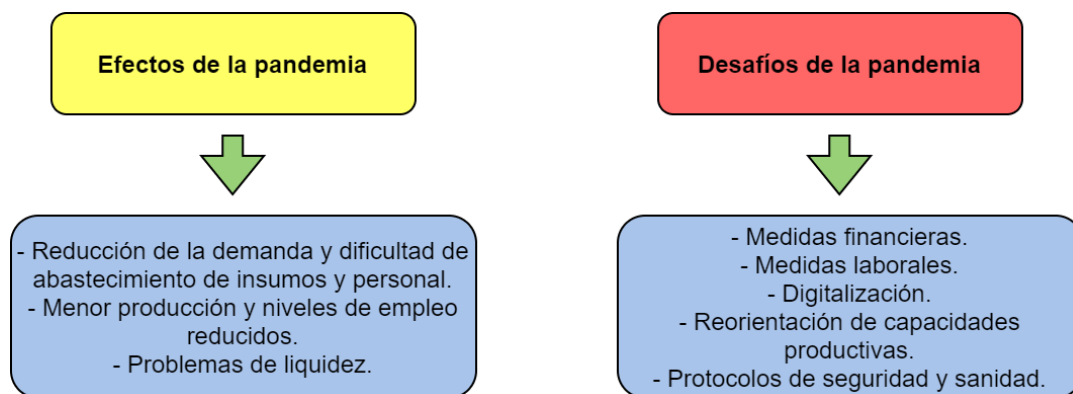
El coronavirus causado por el SARS-COV2 representa el agente causante de una enfermedad potencialmente mortal que constituye un gran problema de salud pública mundial. Por otra parte, este es uno de los principales patógenos que ataca principalmente al sistema respiratorio humano. Los brotes anteriores de coronavirus (CoV) incluyen el síndrome respiratorio agudo severo (SARS) -CoV y el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) -CoV, que se han caracterizado previamente como agentes que representan una gran amenaza para la salud pública (Rothan & Byrareddy, 2020).

#### 4.21. Efectos y desafíos de la pandemia

La pandemia ocasionada por la COVID 19 ha afectado a varios negocios, especialmente a los emprendimientos en el Ecuador. Durante este periodo de tiempo se han visto pérdidas en el entorno referente a estos negocios, ya que muchos de ellos no pudieron adaptarse a este problema, por lo cual se vieron forzados a cerrar y en consecuencia de ello dejar de obtener ingresos tanto personales como para su familia. Así mismo, esto provocó un fuerte desafío ya que la mayoría no conocía los métodos necesarios los cuales ayudarían a generar una gestión actualizada y adaptada para cubrir con las necesidades para ese periodo de tiempo (Sumba et al., 2020).

#### Figura 3

*Efectos y Desafíos de la pandemia*



**Nota:** (Sumba et al., 2020) Efectos y Desafíos de la pandemia

#### 4.22. Reacción de los emprendimientos frente a la crisis sanitaria del COVID 19

Conservar de manera óptima una organización corresponde a un esfuerzo elevado hoy en la actualidad, esto ocasionado por la pandemia del COVID 19, ya que provocó que muchos emprendimientos presenten dificultades a la hora de querer adaptarse en el entorno. Así mismo,

muchas de estas no lograron realizar este proceso de adentrarse de otra manera en el mercado, y esto es debido a la falta de recursos y estabilidad económica que presentan, es por esa razón que en gran parte los negocios no pudieron implementar medidas de bioseguridad u otros métodos que les permita trabajar (Torres et al., 2021).

Por otra parte, existieron emprendimientos que decidieron migrar hacia los medios digitales, y con ayuda de las plataformas establecer estrategias de marketing que les permita ofrecer nuevos productos y servicios para de esta manera promocionarse y llegar a gente sin importar la situación. Por ende, los emprendedores reaccionaron con un punto de vista diferente que los haga surgir frente a la crisis sanitaria (Torres et al., 2021).

**Figura 4**

*Reacción de los emprendimientos frente a la crisis sanitaria del COVID 19*

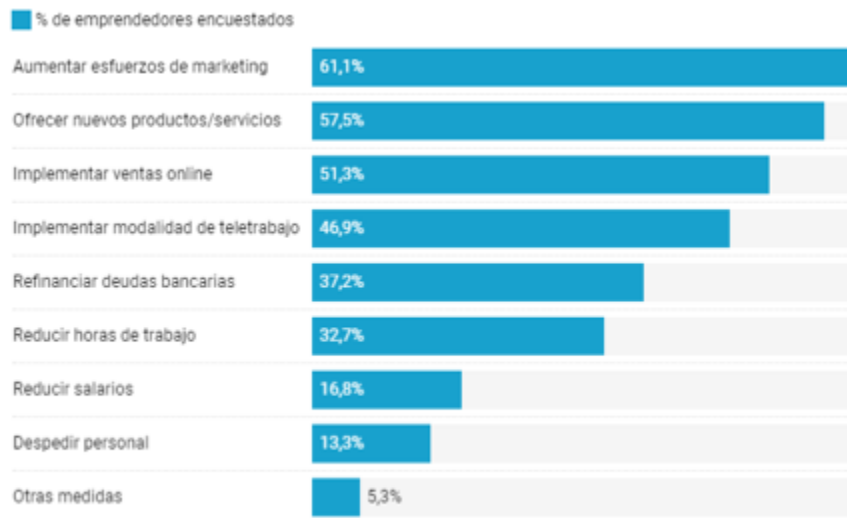


Gráfico: Consultora Multiplica • Fuente: ESPAE-ESPOL • [Descargar los datos](#) • Creado con [Datawrapper](#)

**Nota:** (Lasio et al., 2020) GEM

**4.23. Comportamiento del emprendimiento trascendiendo a la postpandemia**

Sin importar las circunstancias ni los obstáculos presentados en la ciudad, los emprendimientos han cumplido con el objetivo de impulsar proyectos innovadores y de esta forma mantenerlos, todo esto gracias a las tecnologías implementadas que ayudan adquirir nuevos modelos de funcionamiento permitiendo a los emprendedores que desempeñan esta actividad, ofrecer de una manera más óptima sus productos o servicios. De este modo uno de los ejemplos que se tiene es el método de teletrabajo ya que, mediante este tipo de estrategia implementada,

cada uno de estos fueron brindando su trabajo y cumpliendo con su objetivo propuesto (Aguirre et al., 2021).

Por otra parte, los emprendimientos durante el tiempo de confinamiento ocasionado por el Covid – 19 fueron adaptando tanto métodos como iniciativas permitiéndoles de esta manera poder subsistir en el país y así evitar complicaciones que afecten al desempeño e ingresos de sus negocios (García et al., 2021) :

**Tecnología:** La pandemia ha ocasionado de manera general una transformación digital lo que ha permitido la implementación de estrategias adaptadas a este entorno como el marketing digital, el cual ha aportado de manera positiva al desempeño de los emprendimientos.

**Servicios:** Este periodo por el cual se ha estado viviendo ha provocado que los emprendedores hagan un mejor esfuerzo para aplicar estrategias comerciales que permitan llegar a más clientes. Es así que, durante este tiempo, los emprendimientos se han ido adaptando a los servicios digitales creando aplicaciones con la finalidad de que estas se ajustaran brindando un servicio a domicilio, evitando que la persona cree aglomeraciones. Así mismo, de este modo para los emprendimientos esto resulto una respuesta positiva ya que durante este periodo de tiempo no perdieron ingresos por su adaptación rápida de estrategia.

**Ventas:** La mayoría de los emprendimientos que se dedican a la compra y ventas de productos, durante este periodo de pandemia al ver que las personas no salían de sus casas al medio al contagio, decidieron crear estrategias de marketing digital, por lo que estas fueron generando aplicaciones o plataformas en donde se promocionan sus productos dando a conocer que simultáneamente la adquisición de este producto no requería la presencia de la persona por lo que esta una vez adquirida tenía su punto de entrega en el domicilio del cliente.

**Administración:** Muchos de los emprendimientos en tiempo de pandemia para no perder contacto con sus trabajadores se fueron dirigiendo a varias plataformas que les permitieran tener un seguimiento de sus actividades, así como para un control por parte del talento humano, es así que cada una de estas, tomaron la decisión de dirigirse al: teletrabajo, zoom, Skype. Este tipo de red online permitió a cada uno de estos negocios mantenerse en un contacto coordinamiento para el desarrollo de sus actividades.



#### **4.24. Evaluación**

Es uno de los recursos más importantes al momento de querer determinar en qué cantidad ha tenido el cambio un emprendimiento establecido. Esto es crucial ya que por medio de este procedimiento se puede posteriormente encontrar las fortalezas y necesidades y a través de ello aplicar las respectivas estrategias que den paso al mejoramiento de la actividad económica del emprendimiento (Espinosa, 2021).

#### **4.25. Reactivación económica**

Hace referencia a las mejoras que pueden presentarse en las variables de empleo y renta. Así mismo, tras la crisis económica se pudo observar, que varios de estos indicadores tuvieron complicaciones graves debido a las restricciones ocasionadas por la pandemia, pero estos con el pasar del tiempo tienden a recuperarse gracias al constante progreso del trabajo que junto con las estrategias adaptadas para el entorno impulsan un crecimiento óptimo en la economía del país (CEPAL, 2021).

## **5. Metodología**

Se consideró pertinente realizar un estudio investigativo sobre los emprendimientos establecidos en la ciudad de Loja con el fin de obtener información de su situación actual y desempeño, para de esta forma proponer soluciones que permitan acceder a una guía adecuada hacia la reactivación económica frente a la pandemia. De este modo, para lograr todo esto se requirió la aplicación de una metodología adecuada, donde el proceso de investigación aportó con resultados al proyecto.

El trabajo se lo desarrollo mediante el método descriptivo el cual ayudo a explicar, ordenar y analizar a profundidad la información para de esta manera a través de la sistematización de datos y deducción de los resultados establecer estrategias pertinentes que llevaran al emprendimiento a una reactivación en su economía. Así mismo, gracias a esto se pudo comprender las situaciones por las que los emprendedores de la ciudad tuvieron que pasar, así como su respuesta frente a este comportamiento. Además de esto, también se usó una investigación explicativa la cual ayudo a determinar la causa de los problemas y sus condiciones en las que ocurrió.

El proyecto de investigación se lo llevo a cabo mediante una investigación de campo utilizando el método mixto el cual permitió analizar, recopilar información en las diferentes instituciones que se visitó para obtener la base de datos de los emprendedores y de este modo obtener aspectos cualitativos como cuantitativos sobre la situación actual de los emprendimientos y su desempeño en la ciudad de Loja.

### **5.1. Fuentes de investigación**

Para la obtención de la información referente a los emprendimientos se recurrió principalmente a artículos, libros y trabajos los cuales aportaron como base para la realización del trabajo investigativo.

De este modo se usaron fuentes primarias las cuales sirvieron para partir con el desarrollo del trabajo por lo que está aún no ha sido modificada ni ha habido cambios que alteren el resultado, así mismo también se usó una fuente secundaria la cual ayudo a verificar y comparar que los datos extraídos anteriormente no hayan sido inventados o erróneos, evitando obtener un estudio desequilibrado.

### **5.2. Población investigada**

De acuerdo con los registros contenidos más recientes en el plan de desarrollo y ordenamiento territorial (PDOT), dirigido por el municipio de Loja, Ríos et al. (2020) expone que

en los últimos tres años ha existido en la ciudad la cantidad de 160 emprendimientos de los cuales posteriormente para la obtención de información y desarrollo del trabajo investigativo solo se contaron con 150 datos debido a que existieron números incorrectos e inexistentes impidiendo de esta manera obtener contacto con el emprendedor.

### 5.3. Técnicas de recolección de información

Para el desarrollo correcto del trabajo de investigación y la recolección de información pertinente se aplicaron las técnicas de observación y encuesta.

**Observación directa:** Se aplico esta técnica con el propósito de observar las actividades y modos de actuar de los diferentes emprendedores, para posteriormente recopilar información a través de encuestas.

**Encuesta:** Esta se utilizó con el propósito de obtener por parte de los emprendedores información que posteriormente con ayuda de los análisis e interpretaciones apporto con la aplicación de diferentes soluciones o propuestas para la reactivación económica de los emprendimientos.

Estos datos fueron obtenidos gracias a la base de datos otorgada por parte de las diferentes instituciones que aportaron con la información, ya que a partir de esto se pudo contactar con cada uno de los emprendedores y de este modo obtener resultados mediante las encuestas.

### 5.4. Materiales

**Tabla 2**

*Materiales utilizados en el desarrollo de la investigación*

<b>Equipos y accesorios</b>	<b>Software</b>
Laptop	Excel
Dispositivo de almacenamiento	SPSS
Celular	Google Drive
Calculadora	Word
Impresora	Nitro Pro PDF

**Nota:** Elaboración propia.

## 5.5. Procedimiento

Para alcanzar el objetivo general del presente proyecto de investigación se usó el siguiente procedimiento por cada uno de los objetivos específicos planteados.

1. Establecer la clasificación empresarial de los emprendimientos en la ciudad de Loja.
  - a. Se recopiló información de los emprendimientos de la ciudad a través de instituciones como el gobierno provincial y municipio de Loja.
  - b. Mediante las bases de datos que se otorgaron por parte de las instituciones pertinentes, se elaboró la clasificación y tabulación de los emprendimientos según su actividad económica.
  - c. Se realizó contacto directo con los emprendedores con la finalidad de desarrollar la base de datos y de esta manera obtener una información más completa.
  - d. Se establecieron análisis e interpretaciones de los resultados con base a la información obtenida por parte de los emprendedores.
2. Análisis del comportamiento empresarial de los emprendimientos de la ciudad de Loja, durante y después del COVID – 19.
  - a. Se elaboró el diseño y planificación de una encuesta enfocada a obtener información sobre los emprendimientos.
  - b. Se ejecuto las encuestas a los diferentes emprendedores de la ciudad de Loja en las modalidades virtual y presencial.
  - c. Se realizo la clasificación y tabulación de los datos.
  - d. Se desarrollaron los análisis e interpretaciones de los resultados con base a la información obtenida.
3. Planteamiento de las soluciones de reactivación económica para los emprendimientos de la ciudad de Loja.
  - a. Se realizó un análisis y evaluación de posibles soluciones para la reactivación económica de los emprendimientos en la ciudad de Loja.
  - b. Se elaboraron propuestas de estrategia para la reactivación económica adaptada a las nuevas normas postpandemia.

## **6. Resultados**

Una vez se terminó con la recolección de información hacia los diferentes emprendedores de la ciudad de Loja se procedió a la tabulación de la información y al respectivo análisis de las preguntas existentes dentro de la encuesta. Con los datos obtenidos se pudo determinar el comportamiento de los emprendimientos durante y después de la pandemia, lo que posteriormente sirvió para dar las respectivas propuestas de solución para su reactivación económica.

### **6.1. Base de Datos**

#### ***6.1.1. Gobierno Provincial de Loja***

Se obtuvo información por medio del Gobierno Provincial de Loja la cual corresponde a una base de datos que contiene los diferentes emprendimientos de la ciudad, esta fue otorgada por parte del Ing. William Babulca quien está a cargo de llevar este tipo de información. Por otro lado, no fue necesario realizar documentos como peticiones o solicitudes dado que las autoridades encargadas permitieron el acceso a lo solicitado por lo que previamente se explicó el motivo de su pedido, el cual fue por el trabajo de tesis.

Así mismo, el objetivo de este procedimiento es de obtener información que nos ayude a establecer un contacto con el emprendedor por lo que posteriormente una vez conseguido la base de datos se contó tanto con el nombre, correo y teléfono de los diferentes emprendedores

Posteriormente se analizó la base de datos y se observó que algunos emprendimientos tenían contactos inexistentes o incorrectos; esto se pudo verificar al momento de comunicarse con los diferentes emprendedores y de esta manera explicar el trabajo que se estaba realizando y así obtener su aporte en las encuestas digitales. Por otro lado, también se presentaron varios registros que no tenían información y de este modo solo se envió la encuesta al correo sin haber hablado con la persona, lo cual esto resulto con una sola colaboración y las demás nulas.

#### ***6.1.2. Municipio de Loja***

Estos datos fueron otorgados a través del Municipio de Loja, para ello se necesitó realizar una petición dirigida al alcalde el Ing. Jorge Bailón solicitando que se facilite la información sobre los emprendimientos de la ciudad de Loja cuya fue gestionada y entregada por la Ing. Yelena Bustamente encargada del departamento de gestión económica.

De esta manera el propósito de la base de datos es de contar con un medio en el cual establecer un contacto con el emprendedor y así poder obtener un aporte que nos permita continuar con el desarrollo del trabajo investigativo por lo que una vez conseguido la información correspondiente se observó tanto el nombre del emprendedor como su número telefónico facilitando el poder cumplir con el objetivo.

Posteriormente mediante un análisis se observó que en la base de datos algunos contactos tenían inconvenientes tales como problemas en la línea, así como registro inexistente; esto de igual manera se pudo comprobar a la hora de comunicarse con los diferentes emprendedores.

## 6.2. Clasificación de emprendimientos según su actividad económica

A través de los datos otorgados por las diferentes instituciones como el municipio y gobierno provincial de Loja se pudo conseguir información por parte de los diferentes emprendedores los cuales fueron de aporte para el desarrollo de la base de datos y de esta manera poder establecer la cantidad y clasificación de emprendimientos según su actividad económica que se encuentran en la ciudad.

**Tabla 3**

*Tipo de actividad económica*

<b>Tipo de Actividad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Fabricación	62	41,33%
Servicios	31	20,67%
Ventas	57	38,00%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Clasificación de los tipos de emprendimiento situadas en la ciudad de Loja.

En base al resultado obtenido por parte del desarrollo de la base de datos se observó como estos con un 41,33% dedican su emprendimiento a la actividad de fabricación, seguido de ventas con 38,00% y por último a servicios con un porcentaje de 20,67%. Por lo tanto, se pudo observar que en la ciudad de Loja las personas que se determinan a realizar este tipo de trabajo en su mayoría optan por la producción o creación de productos.

### 6.3. Proceso de encuesta

#### 1. Género

**Tabla 4**

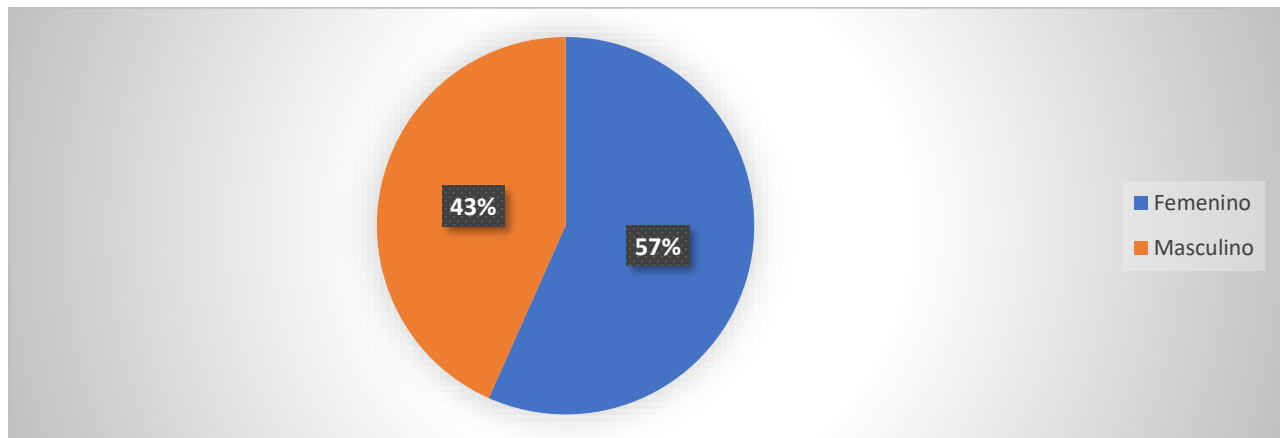
*Género*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	85	56,67%
Masculino	65	43,33%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 5**

*Género*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

#### **Interpretación:**

Del total de los emprendedores encuestados se pudo observar que en su mayoría con un porcentaje de 56,67% son de género femenino, seguido de 43,33% perteneciente al masculino. De este modo se logró deducir que las personas que han decidido generar un emprendimiento o que ya lo tenían establecido en la ciudad de Loja son en gran parte mujeres.

2.- ¿Cuál de estas instituciones tiene conocimiento de que brinden apoyo al emprendimiento?

**Tabla 5**

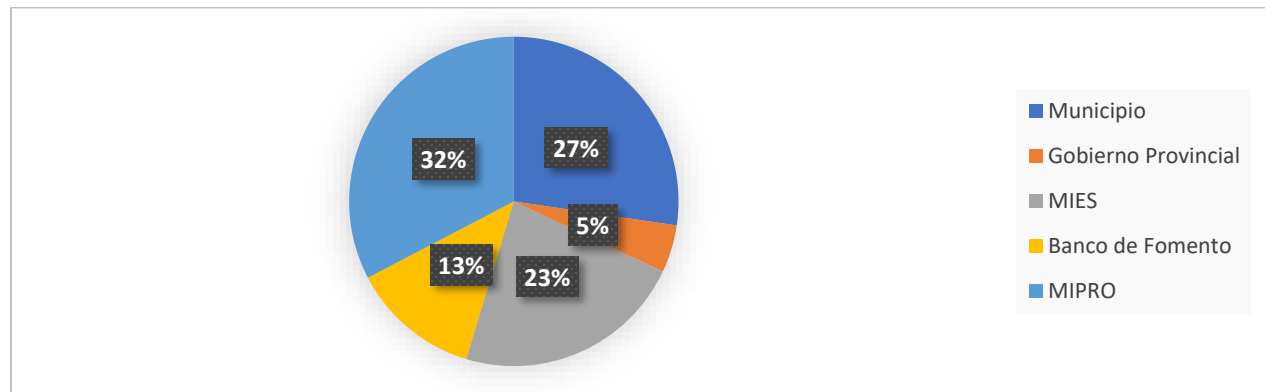
*Conocimiento de Instituciones que brinden apoyo al emprendimiento*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Municipio	41	27,33%
Gobierno Provincial	7	4,67%
MIES	34	22,67%
Banco de Fomento	19	12,67%
MIPRO	49	32,67%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 6**

*Conocimiento de Instituciones que brinden apoyo al emprendimiento*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

Referente a los resultados que se consiguió se pudo conocer que cada uno de los emprendedores tuvo un punto de vista diferente sobre instituciones que brinden apoyo al emprendimiento siendo está en su mayoría con un 32,67% MIPRO, seguido con 27,33% Municipio, un 22,67% MIES, por otro lado, el porcentaje de 12,67% perteneciente al Banco de fomento y por último el Gobierno provincial con 4,67%. Por consiguiente, se concluyó que en gran cantidad los dueños de los emprendimientos buscan tener apoyo que brinde asesoría y acompañamiento al momento de querer lanzar una idea y por ello decidieron por elegir al MIPRO.



3.- Cual es el aspecto que considera más importante que impide el crecimiento de su emprendimiento

**Tabla 6**

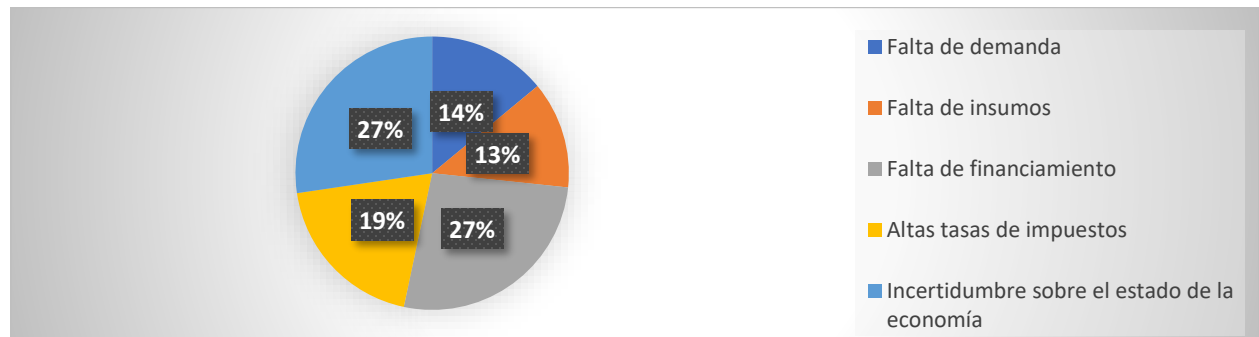
*Aspectos que Impide el Crecimiento del Emprendimiento*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Falta de demanda	21	14,00%
Falta de insumos	19	12,67%
Falta de financiamiento	40	26,67%
Altas tasas de impuestos	29	19,33%
Incertidumbre sobre el estado de la economía	41	27,33%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 7**

*Aspectos que Impide el Crecimiento del Emprendimiento*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

Se pudo observar por medio de las respuestas obtenidas cuales son los aspectos que consideraron los emprendedores impiden el crecimiento de su emprendimiento siendo esta en primer lugar con 27,33% la incertidumbre sobre el estado de la economía, seguido con 26,67% la falta de financiamiento, un 19,33% las altas tasas de impuestos, por otra parte, un 14,00% perteneciente a la falta de demanda y por último la falta de insumos siendo el porcentaje de 12,67%. Así mismo, con estos resultados se consiguió analizar que las personas que se dedican a esta actividad consideran que la razón por la cual su emprendimiento no pudo desarrollarse óptimamente fue por la situación económica negativa que tuvo la ciudad a causa de la pandemia.

4.- ¿Conforme a sus ingresos, a cuál de las siguientes opciones se destina la mayoría?

**Tabla 7**

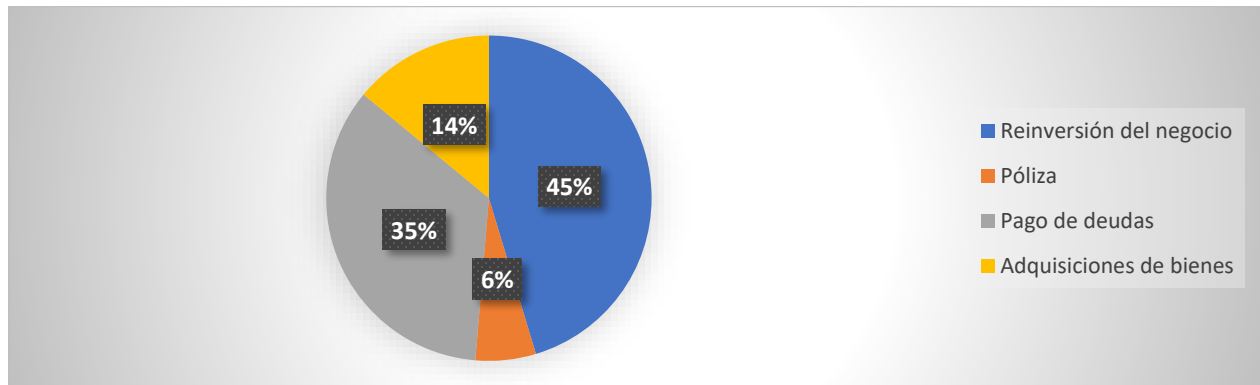
*Destino de los ingresos generados por el emprendimiento*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Reinversión del negocio	68	45,33%
Póliza	9	6,00%
Pago de deudas	52	34,67%
Adquisiciones de bienes	21	14,00%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 8**

*Destino de los ingresos generados por el emprendimiento*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

En base a los resultados obtenidos se pudo observar a cuál de las siguientes opciones los emprendedores conforme a sus ingresos tienden a destinar la mayoría, siendo con una cantidad de 45,33% reinversión del negocio, con un 34,67% pago de deudas, un 14,00% adquisiciones de bienes y por último con un 6,00% póliza. De esta manera se logró analizar que todas las ganancias que se obtienen la destinan para mejorar su emprendimiento y de este modo adquirir bienes que aporten al mejor desarrollo en el mercado.

5.- Referente a la crisis sanitaria, ¿fue para su emprendimiento una oportunidad o una desventaja el tener que pasar por la situación de la pandemia?

**Tabla 8**

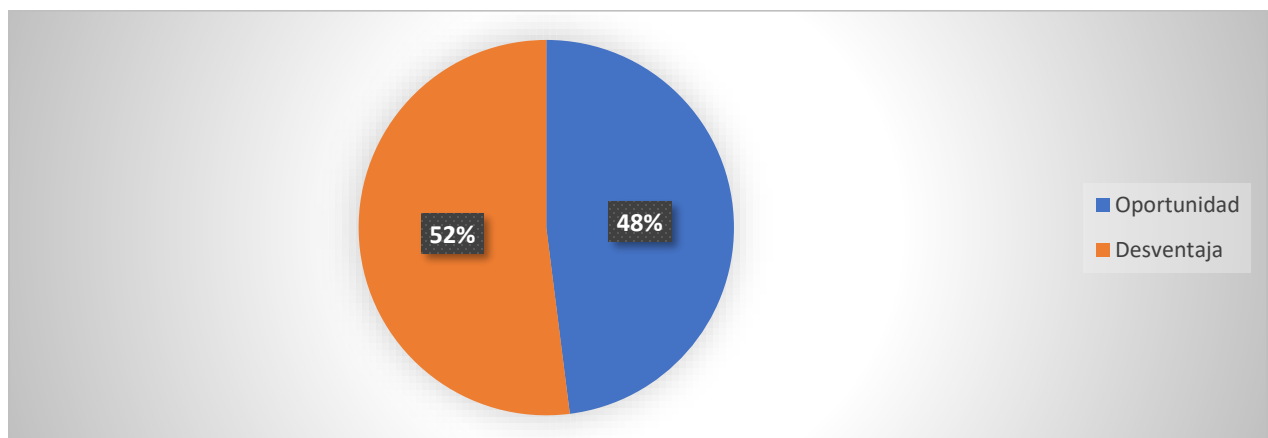
*Punto de vista del emprendimiento frente a la pandemia*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Oportunidad	72	48,00%
Desventaja	78	52,00%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 9**

*Punto de vista del emprendimiento frente a la pandemia*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

De las encuestas aplicadas se pudo observar cómo el 52,00% considera que ha sido una desventaja el tener que pasar por la situación de la pandemia, por otro lado, un 48,00% lo vio como una oportunidad. Esto se dio ya que la mayoría de los emprendedores pudieron adaptar sin ningún problema a sus emprendimientos con la ayuda de otros medios o estrategias para ese momento.

6.- En base a la situación de la pandemia, ¿Cuál fue su situación en su emprendimiento conforme a los ingresos?

**Tabla 9**

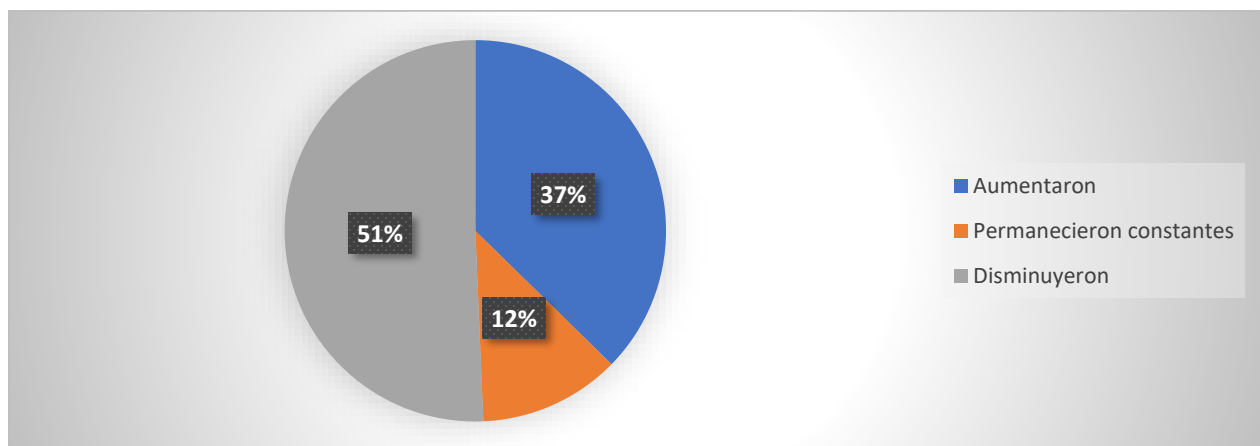
*Situación del emprendimiento conforme a los ingresos*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Aumentaron	56	37,33%
Permanecieron constantes	18	12,00%
Disminuyeron	76	50,67%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 10**

*Situación del emprendimiento conforme a los ingresos*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

Por medio de las encuestas aplicadas a la respectiva muestra de estudio se observó como una cantidad mayor considera que sus ingresos en la situación de la pandemia disminuyeron un 50,67%, por otro lado, con un 37,33% dice haber aumentado estos y por último un 12,00% manifestó que permanecieron constantes. Es así, que se pudo deducir que la mayoría de los emprendedores tuvieron problemas en generar ganancias a partir de sus emprendimientos durante el periodo de confinamiento.

7.- ¿Cuál de los siguientes factores tuvo influencia negativa en sus ingresos para su emprendimiento?

**Tabla 10**

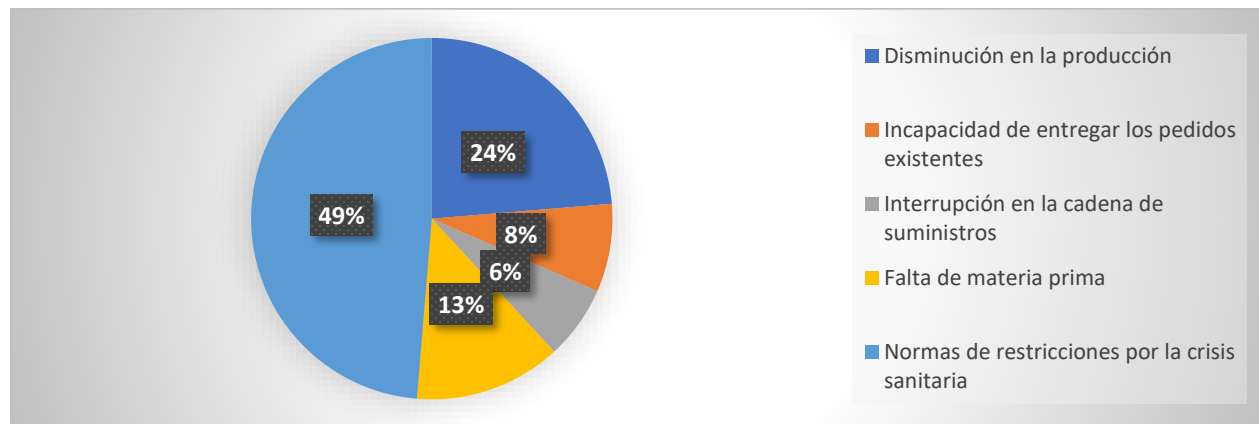
*Factores que provocaron el tener ingresos negativos al emprendimiento*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Disminución en la producción	18	23,68%
Incapacidad de entregar los pedidos existentes	6	7,89%
Interrupción en la cadena de suministros	5	6,58%
Falta de materia prima	10	13,16%
Normas de restricciones por la crisis sanitaria	37	48,68%
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 11**

*Factores que provocaron el tener ingresos negativos al emprendimiento*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

En base a los resultados obtenidos por parte de los emprendedores que contestaron que sus ingresos disminuyeron se pudo observar cuales son los factores que lo provocaron siendo estos con un 48,68% las normas de restricciones por la crisis sanitaria, siguiéndole con 23,68% la disminución en la producción, un 13,16% la falta de materia prima, por otro lado, un 7,89% la incapacidad de entregar los pedidos existentes y por último con 6,58% interrupción en la cadena de suministros. Por lo tanto, con esto se denotó que la mayoría de los dueños de los

empresarios se vieron afectados por las prohibiciones que imponía el estado referente a la salida o aglomeración de las personas ocasionando un decrecimiento de sus actividades.

8.- ¿Cuál de los siguientes factores cree que tuvo influencia positiva en sus ingresos para su emprendimiento?

**Tabla 11**

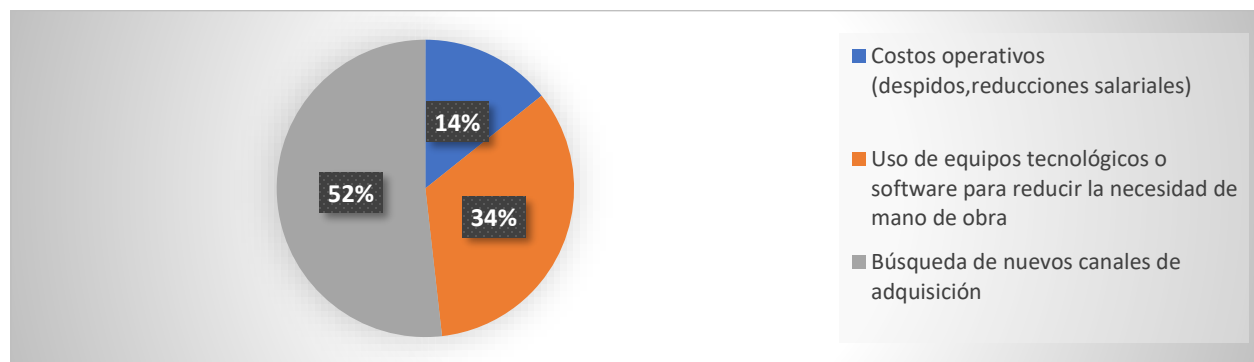
*Factores que provocaron el tener ingresos positivos al emprendimiento*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Costos operativos (despidos, reducciones salariales)	8	14,29%
Uso de equipos tecnológicos o software para reducir la necesidad de mano de obra	19	33,93%
Búsqueda de nuevos canales de adquisición	29	51,79%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 12**

*Factores que provocaron el tener ingresos positivos al emprendimiento*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

En base a los resultados obtenidos por parte de los emprendedores que contestaron que sus ingresos aumentaron se pudo observar cuales son los factores que lo provocaron siendo estos con un 51,79% la búsqueda de nuevos canales de adquisición, por otro lado, un 33,93% el uso de equipos tecnológicos o software para reducir la necesidad de mano de obra y por ultimo los costos operativos (despidos, reducciones salariales) con 14,29%. De este modo se logró deducir que la mayoría de los dueños de los emprendimientos aprovecharon la situación de la pandemia para

buscar y atraer a nuevos clientes por diferentes medios y para este caso en este tiempo mayormente por vía digital.

9.- ¿Durante el tiempo de pandemia adapto nuevos métodos de trabajo para que su emprendimiento no pierda actividad?

**Tabla 12**

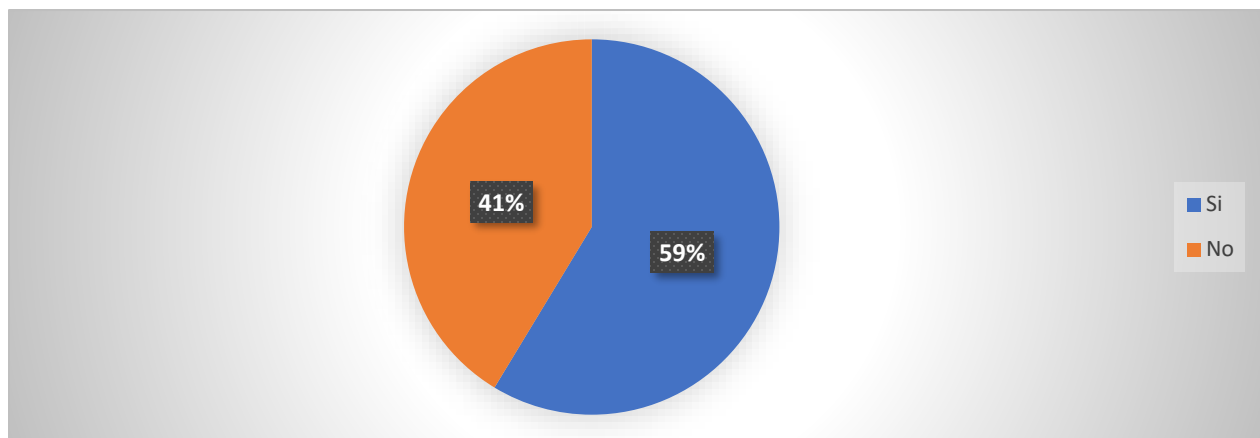
*Decisión de los emprendedores al adaptar nuevos métodos de trabajo en pandemia*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	88	58,67%
No	62	41,33%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 13**

*Decisión de los emprendedores al adaptar nuevos métodos de trabajo en pandemia*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

De las encuestas aplicadas se logró observar cual fue la decisión de los emprendedores sobre adaptar nuevos métodos de trabajo en su emprendimiento durante la pandemia para que este no pierda actividad, siendo estos en su mayoría con respuesta positiva ya que con un porcentaje del 58,67% contestó que sí y por otro lado un 41,33% dicen no haberlo hecho.

10.- ¿Cuál método de trabajo fue el que mejor se adaptó a su emprendimiento durante este tiempo?

**Tabla 13**

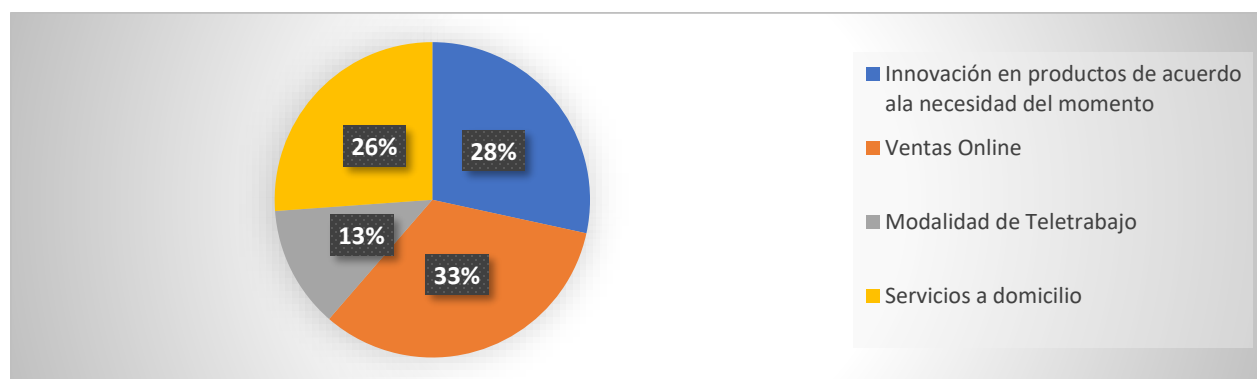
*Método de trabajo adaptado por el emprendimiento en tiempos de pandemia*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Innovación en productos de acuerdo a la necesidad del momento	25	28,41%
Ventas Online	29	32,95%
Modalidad de Teletrabajo	11	12,50%
Servicios a domicilio	23	26,14%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 14**

*Método de trabajo adaptado por el emprendimiento en tiempos de pandemia*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

Del total de los emprendedores que demostraron si haber adaptado nuevos métodos de trabajo en su emprendimiento, se pudo observar cual fue el que mejor adaptó durante el tiempo de pandemia siendo estos, con un 32,95% ventas online, un 28,41% innovación en productos de acuerdo a la necesidad del momento, seguido con un 26,14% servicios a domicilio y por último con 12,50% la modalidad de teletrabajo. De esta manera se concluyó como en gran parte los emprendedores aprovecharon los medios digitales como un modo de salida a las restricciones u obstáculos presentados por el problema del confinamiento y así poder seguir con sus actividades.



11.- ¿Desde el punto de vista postpandemia sus ingresos en su emprendimiento permanecen de la misma forma a cuando se estaba en principios de confinamiento?

**Tabla 14**

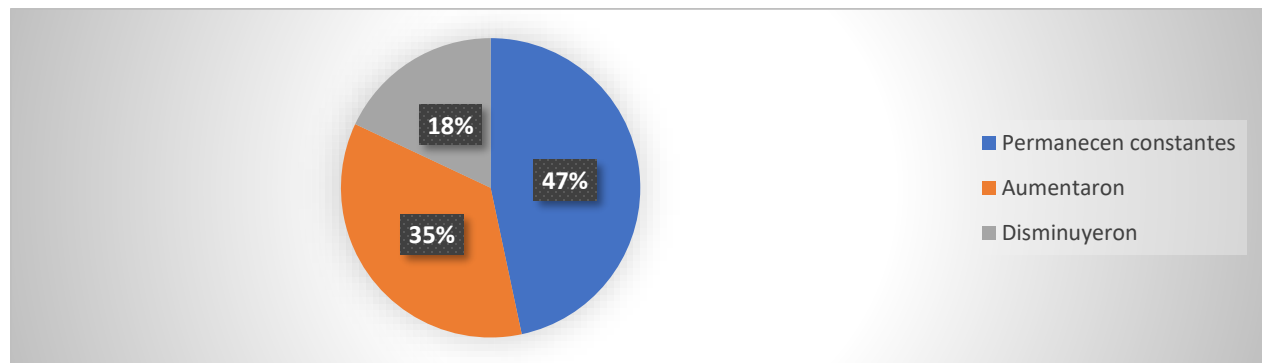
*Situación de los ingresos en el emprendimiento - postpandemia*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Permanecen constantes	70	46,67%
Aumentaron	53	35,33%
Disminuyeron	27	18,00%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 15**

*Situación de los ingresos en el emprendimiento - postpandemia*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

En base a las encuestas aplicadas a los dueños de los emprendimientos se pudo observar cómo ha sido su situación de sus ingresos desde el punto de vista postpandemia, por lo que se dio a conocer que un 46,67% considera que estos han permanecido constantes, por otro lado, un 35,44% mencionan que han aumentado y por último un 18,00% dice haber una disminución. Es así que por medio de estos resultados se logró deducir que la mayoría de los ingresos de los emprendedores han permanecido de igual forma, es decir no han generado ganancias ni pérdidas en comparación a cuando se estaba a principios de confinamiento.

12.- Si su respuesta fue que aumentaron sus ingresos, ¿En qué porcentaje fueron estos?

**Tabla 15**

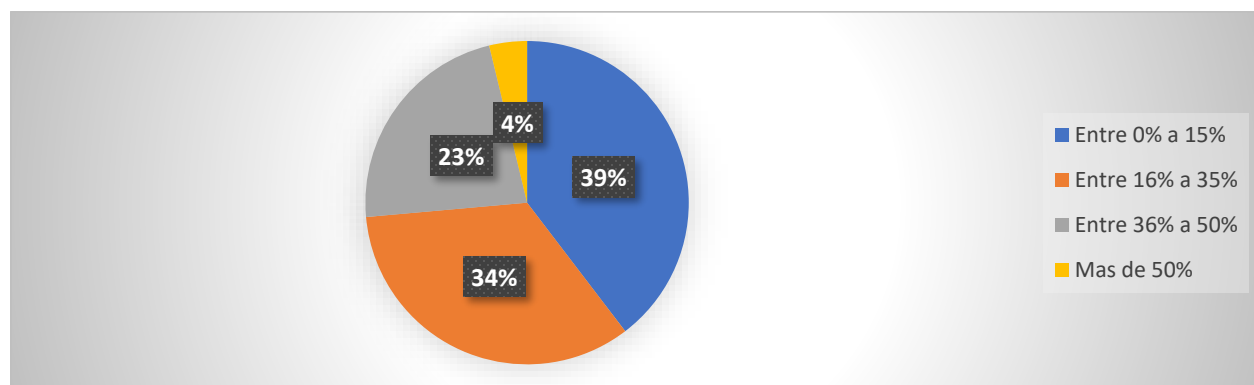
*En qué porcentaje aumentaron los ingresos en el emprendimiento - postpandemia*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Entre 0% a 15%	21	39,62%
Entre 16% a 35%	18	33,96%
Entre 36% a 50%	12	22,64%
Mas de 50%	2	3,77%
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 16**

*En qué porcentaje aumentaron los ingresos en el emprendimiento - postpandemia*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

Del total de los emprendedores encuestados que contestaron que sus ingresos desde el punto de vista postpandemia han aumentado en comparación a cuando se estaba a principios de confinamiento, se pudo observar en que cantidad han sido estos, siendo la primera con un porcentaje del 39,62% entre el rango de 0% a 15% de aumento, seguido de 33,96% entre 16% a 35%, un 22,64% entre 36 a 50% y por último más de 50% con 3,77%. Por lo tanto, esto demostró que los emprendimientos han tenido un rango bajo en lo que respecta a ingresos generados.

13.- Si su respuesta fue que disminuyeron sus ingresos, ¿En qué porcentaje fueron estos?

**Tabla 16**

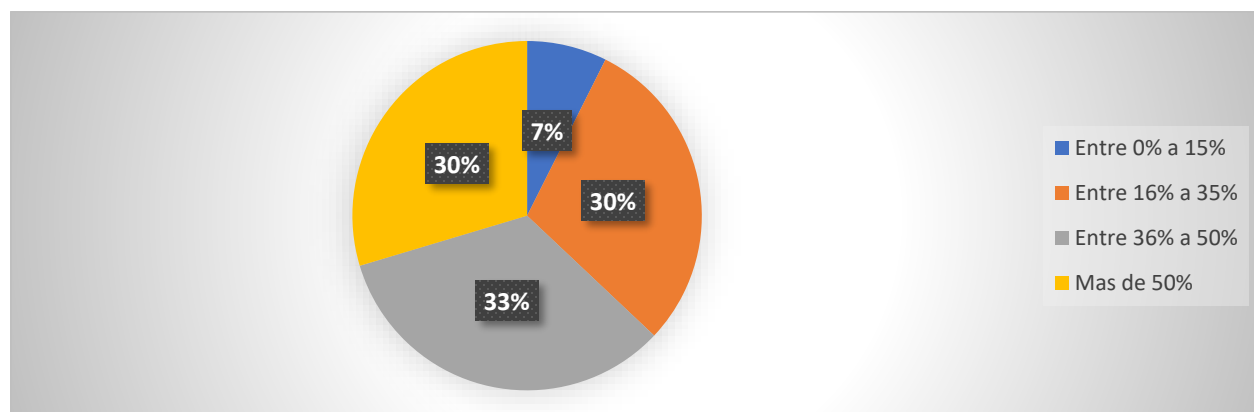
*En qué porcentaje disminuyeron los ingresos en el emprendimiento - postpandemia*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Entre 0% a 15%	2	7,41%
Entre 16% a 35%	8	29,63%
Entre 36% a 50%	9	33,33%
Mas de 50%	8	29,63%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 17**

*En qué porcentaje disminuyeron los ingresos en el emprendimiento - postpandemia*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

Por medio de las encuestas aplicadas a los emprendedores los cuales contestaron de forma negativa sobre sus ingresos que han disminuido en comparación a cuando se estaba a principios de confinamiento, se pudo observar en que cantidad han sido estos, siendo en su mayoría con 33,33% entre el rango de 36% a 50% de disminución, por otro lado, y con el mismo porcentaje de 29,63% para ambas opciones las cuales son entre 16% a 35%, más de 50%, dejando por último con 7,41% entre 0% a 15%. De este modo se concluyó que la caída en los ingresos para estos emprendimientos ha sido un poco más elevada.

14.- ¿Por qué considera que han ocurrido estos cambios?

**Tabla 17**

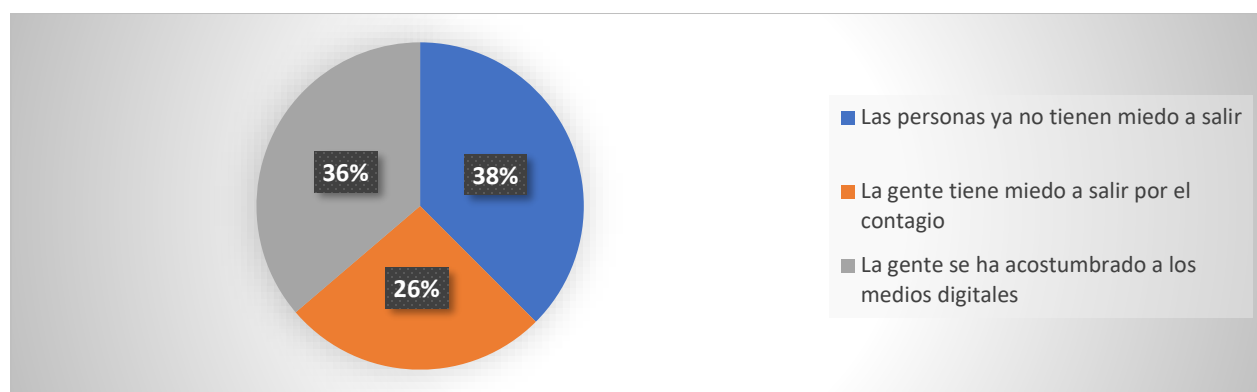
*Razones del aumento o disminución de ingresos en emprendimientos frente a la postpandemia*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Las personas ya no tienen miedo a salir	30	37,50%
La gente tiene miedo a salir por el contagio	21	26,25%
La gente se ha acostumbrado a los medios digitales	29	36,25%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 18**

*Razones del aumento o disminución de ingresos en emprendimientos frente a la postpandemia*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

Se pudo observar por medio de las respuestas obtenidas el motivo por los que se ha dado estos cambios en los ingresos frente a la postpandemia, demostrando que un 37,50% ha sido porque las personas ya no tienen miedo a salir de sus hogares, por otro lado, con 36,25% la razón de que la gente se ha acostumbrado a los medios digitales y por último la causa la cual perteneció a que todavía existe el miedo a salir por el contagio con 26,25%. Por lo tanto, esto demostró que los ingresos en los emprendimientos han aumentado por la razón de que con el tiempo se ha ido normalizando el poder nuevamente convivir en el exterior, pero, desde otra perspectiva, aunque no es muy elevada aún prevalece el miedo a contagiarse y eso ha provocado la desconfianza en

adquirir cualquier tipo de servicio o producto generando una pérdida en ganancias para los emprendedores.

15.- ¿Considera usted que el desempeño de los emprendimientos en la pandemia influyó en la economía de la ciudad?

**Tabla 18**

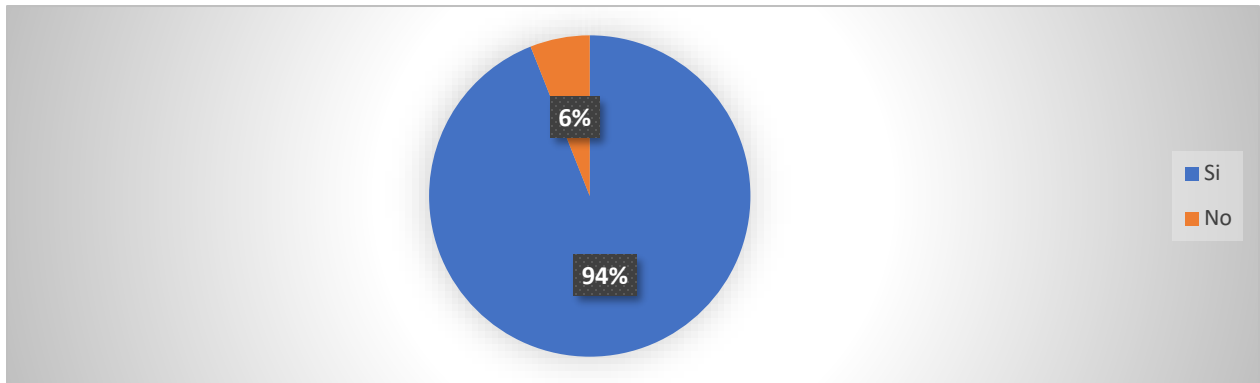
*Influencia de la pandemia en la economía de los emprendimientos en la ciudad*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	141	94,00%
No	9	6,00%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 19**

*Influencia de la pandemia en la economía de los emprendimientos en la ciudad*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

Del total de los emprendedores encuestados se observó cómo un 94,00% considera que la economía de la ciudad se vio afectada a causa de los emprendimientos frente a la pandemia, por otro lado, solo un 6,00% pensó lo contrario. Como resultado, se pudo deducir que la participación de los emprendedores es importante, ya que estos al formar nuevos negocios con el objetivo de cubrir una necesidad permiten el crecimiento de productividad generando la mayor parte del empleo y de esta manera contribuir al aumento del valor agregado de la economía de la ciudad.

16.- Estaría interesado en recurrir a soluciones que hagan de su emprendimiento obtener una reactivación económica?

**Tabla 19**

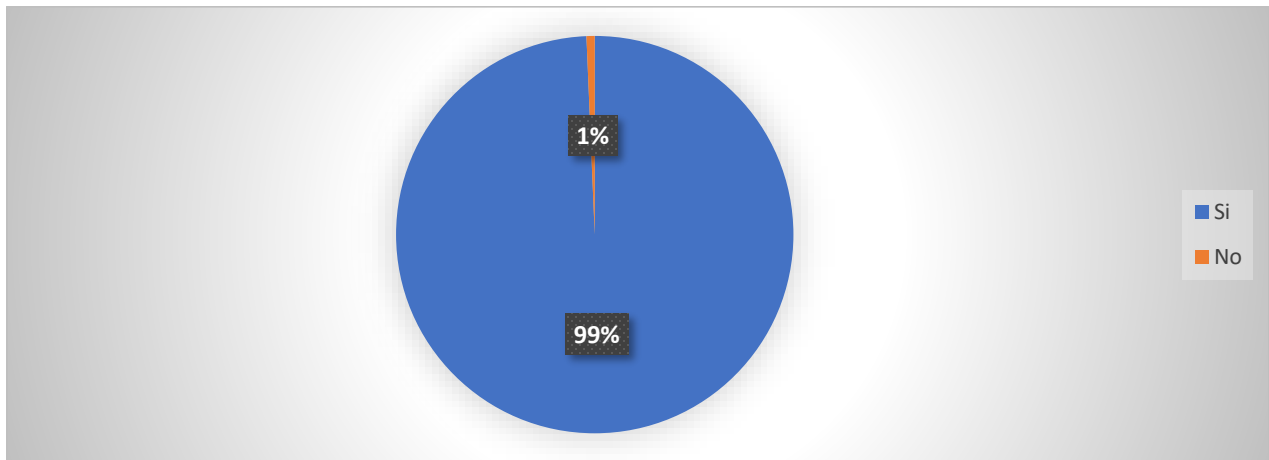
*Interés de recurrir a soluciones de reactivación económica para el emprendimiento*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	149	99,33%
No	1	0,67%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Figura 20**

*Interés de recurrir a soluciones de reactivación económica para el emprendimiento*



**Nota:** Encuesta realizada a los dueños de los emprendimientos.

**Interpretación:**

En base a las encuestas aplicadas a los dueños de los emprendimientos se observó como en su mayoría un 99,33% estaría interesado en recurrir a soluciones sobre una reactivación económica, por otro lado, solo el 0,67% no le llamó la atención el tema. De este modo se pudo demostrar que a una gran cantidad considerable de emprendedores estaría dispuesto en conocer procedimientos propuestos que hagan a su negocio mejorar considerablemente en el mercado.

## **6.4. Soluciones de Reactivación Económica**

La siguiente información corresponde a una serie de soluciones que se han establecido con el objetivo de que los emprendedores de la ciudad de Loja puedan obtener una reactivación económica en sus emprendimientos, esto debido a los problemas presentados por el COVID 19 lo cuales ocasionaron que muchos dejaran de laborar de forma normal y por ende tengan pérdidas en sus ingresos. Por lo tanto, con estas estrategias se buscó lograr que los diferentes emprendimientos se adapten a un mejor método de trabajo obteniendo de este modo un mayor desempeño y con ello, un crecimiento económico.

### ***6.4.1. Ventas online***

Corresponde a una estrategia esencial para el desarrollo óptimo del emprendimiento ante esta situación ocurrida por parte de la pandemia. Así mismo, durante este periodo de tiempo se observó que varios emprendedores tuvieron problemas al no poder realizar su actividad de comercio y a causa de ello obtuvieron pérdidas en ingresos. El realizar las ventas de forma online corresponde a una de las soluciones que puede generar una reactivación económica en la mayoría de los emprendimientos por lo que hoy en la actualidad la gente está acostumbrada a utilizar con mayor frecuencia los servicios digitales y por esa razón resulta más fácil y cómodo adquirir cualquier tipo de producto que se les está ofreciendo a cualquier hora.

Es así, que para ello se eligió la plataforma que menos costo y más beneficio obtenga para el emprendedor al momento de aplicar la estrategia de ventas online.

#### ***6.4.1.1. Plataforma Wix – Tienda online***

##### **Ingreso a la plataforma**

Ir a la página web <https://es.wix.com/>

Dirigirse a la parte final de la página e ingresar en la opción “Tienda Online”

## Figura 21

### Inicio de la plataforma web - wix



**Nota:** (es.wix.com., 2022)

Una vez ingresado dar clic en “Crea tu tienda Online”

## Figura 22

### Opción al desarrollo de la tienda online



**Nota:** (es.wix.com., 2022)

Luego si se tiene una cuenta de wix ingresar, caso contrario usar el correo de Facebook o Google.



## Figura 23

### Inicio de sesión



**Nota:** (es.wix.com., 2022)

## Página principal

Así mismo una vez ingresado comienza el primer paso al desarrollo de la tienda online el cual consiste en elegir una plantilla web con el motivo de dar un toque personal según el emprendimiento.

## Figura 24

### Edición de plantillas prediseñadas

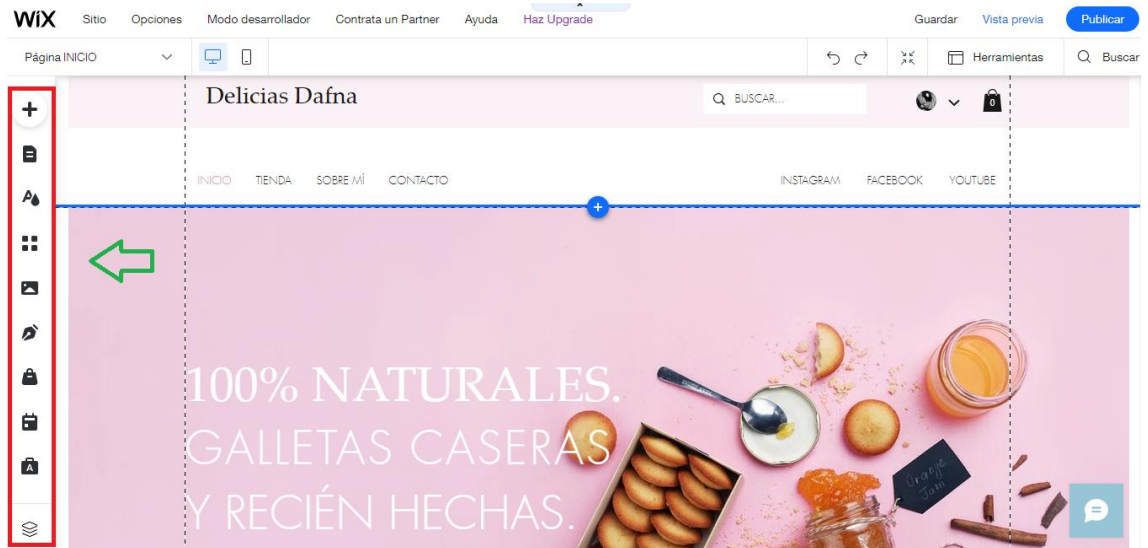


**Nota:** (es.wix.com., 2022)

Se agrega contenido resaltante e información general de la tienda dando clic en las opciones que se tiene en la parte izquierda correspondientes a una lista de herramientas y recursos.

**Figura 25**

*Herramientas y recursos de edición*



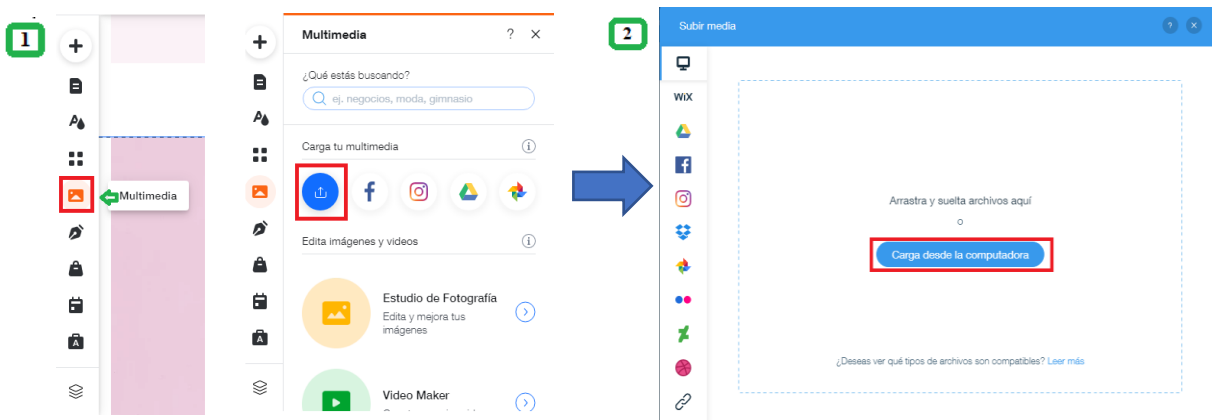
**Nota:** (es.wix.com., 2022)

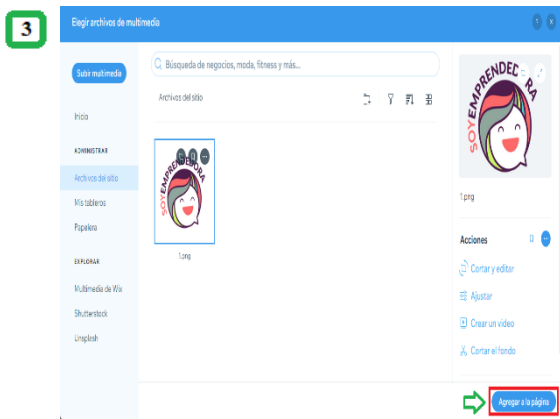
Para demostrar cómo funcionan estas herramientas se insertará un logo.

En primer lugar, se debe de dirigir a la parte de multimedia, luego cargar el logo desde el ordenador y arrastrarlo a la parte en donde se quiera ubicar.

**Figura 26**

*Insertar logo*





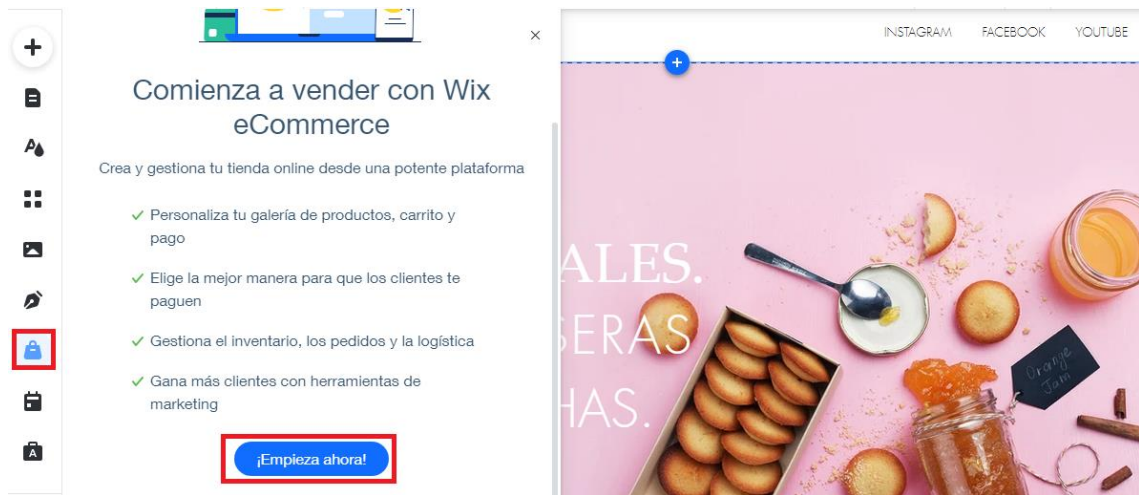
**Nota:** (es.wix.com., 2022)

### Añadir los productos a la tienda

Dirigirse a la Wix Store y dar a “Empieza ahora”

### Figura 27

*Opción Wix Store*

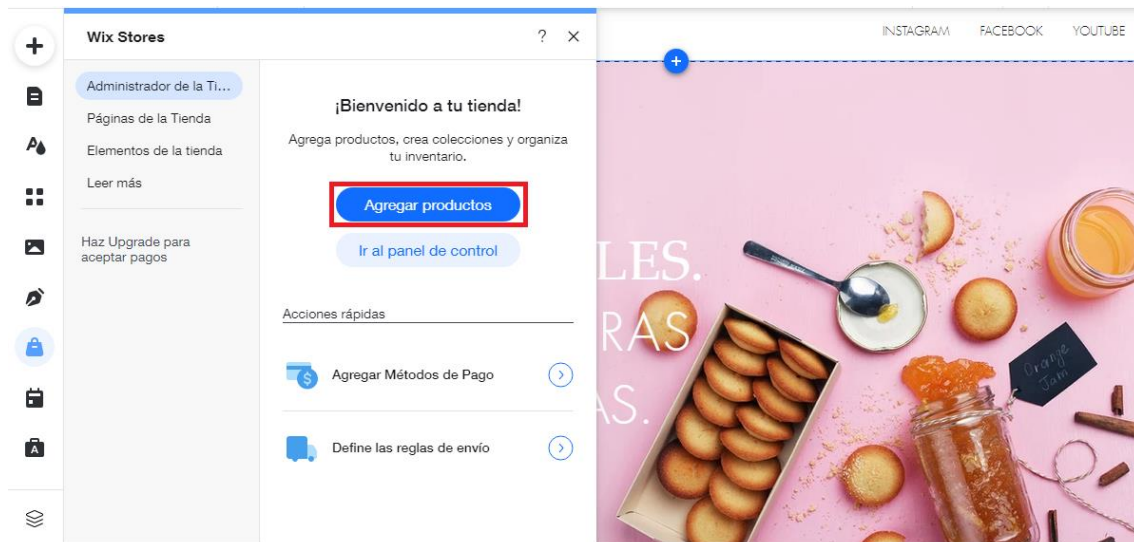


**Nota:** (es.wix.com., 2022)

Ingresar en agregar productos.

**Figura 28**

*Opción para agregar productos*

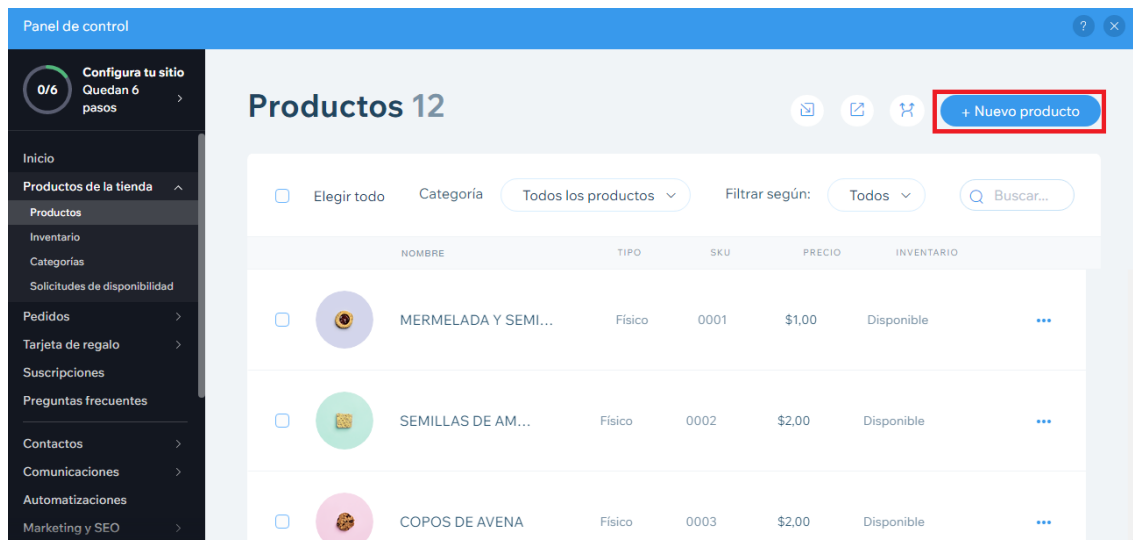


**Nota:** (es.wix.com., 2022)

Se ingresa en “Nuevo Producto” y se cargan las imágenes de los que se encuentran guardados en el ordenador.

**Figura 29**

*Lista de productos*



**Nota:** (es.wix.com., 2022)

Se procede a poner la información respectiva del producto, los cuales corresponden al método de pago y datos sobre lo que se va a vender.

### Figura 30

#### Información del producto

Información del producto

INFORMACIÓN BÁSICA

Nombre Cinta

Agrega el nombre del producto Ej. Recién llegado

Descripción

B I U A A [link] [list] [align] [indent]

Precios

Precio

\$

Oferta

Mostrar precio por unidad ⓘ

Cant. total del prod. en unidades ⓘ Unidades base ⓘ

0 g 0 g

Precio base por unidad

\$0,00

**Nota:** (es.wix.com., 2022)

Una vez realizado lo anterior se da clic en “Guardar” y se puede observar como el producto ya quedo establecido.

### Figura 31

#### Establecimiento del producto a la tienda

Productos > Galletas Graciela

Galletas Graciela

Cancelar Guardar

Imágenes y videos

Mostrar en la tienda online

Categorías

Todos los productos

+ Crear categoría

Productos 1

+ Nuevo producto

Elegir todo Categoría: Todos los productos Filtar según: Todos Buscar...

ROMBRE	TIPO	SKU	PRECIO	INVENTARIO	
Galletas Graciela	Físico		\$1200	Disponible	...

**Nota:** (es.wix.com., 2022)

Por último, se publica la página para comenzar a vender.

**Figura 32**

*Tienda virtual*



Galeras Gacela

TIENDA:	HORARIO:
Sobre mí	Lun - Vie: 7:00 - 22:00
Preguntas Frecuentes	Sábado: 8:00 - 22:00
Envíos / Recogidas	Domingo: 8:00 - 23:00
Políticas de la tienda	
Contacto	

COMPRAR Y REGOGER  
Llévatelas recién hechas

ENVÍO GRATIS  
Entrega a domicilio

ENVOLTURAS PARA REGALO  
Envía una dulce sorpresa

**Nota:** (es.wix.com., 2022)

Por otro lado, se puede observar las características que posee esta plataforma al momento de realizar una tienda virtual, estos son los siguientes:

- **Ventajas**

No se necesita tener conocimiento en nada de programación

Cuentan con una cantidad grande de plantillas profesionales

Su método de desarrollo consiste en solo arrastrar y adjuntar elementos de manera que se ira construyendo tu sitio web de forma sencilla

- **Desventajas**

El plan gratuito es limitado

La cantidad de anuncios

El tiempo de carga para imágenes es un poco lenta

- **Costo**

17 \$ al mes - bussiness básico

- **Motivo de elegir esta plataforma**

Esta página es la opción que mejor se puede encontrar para que los emprendedores puedan optar en desarrollar su emprendimiento de forma online ya que a pesar de las desventajas que se señalaron anteriormente estas no tendrán efecto negativo para este caso, ya que lo que se busca es aplicar una tienda online y el costo anteriormente señalado lo cubre por lo que corresponde al bussiness básico que es el que esencialmente se requiere, es así que todos esos aspectos no influirán en el trabajo que se desea realizar, además de que permitirá a la persona obtener un mejor desempeño y de ese modo el impulso hacia una reactivación en su economía.

De este modo, esta página en comparación con otras plataformas brinda una cantidad mayor de almacenamiento, trafico ilimitado, revisión profesional y un dominio personalizado el cual convertirá a la tienda virtual del emprendedor en única.

#### **6.4.2. Publicidad**

Referente a la situación de la pandemia se pudo observar cómo varios emprendimientos tuvieron complicaciones al momento de querer dar a conocer los productos o servicios que se encontraban ofreciendo, resultando que la mayoría de estos obtengan perdidas en su económica al no poder llegar a gente ya que se encontraba establecido las normas de restricciones lo cual no permitía que la gente salga de sus hogares o se reúna en lugares específicos provocando que exista cero interacción entre el emprendedor y el cliente.

### 6.4.2.1. Catálogos por Telegram

La siguiente estrategia corresponde a la publicidad realizada por medio de la plataforma telegram. Se vio conveniente utilizarla debido a los beneficios que tiene y al grado de facilidad que presenta, permitiéndole al emprendedor llegar a más personas con información de su producto o servicio de una forma más rápida y eficiente originando que de este modo se obtengan más clientes y por ende mejores ingresos impulsando a una reactivación en la economía de los emprendimientos.

Así mismo, para que el emprendedor tenga una idea clara de cómo realizar el catálogo por este medio se presenta una serie de pasos sencillos que son los siguientes:

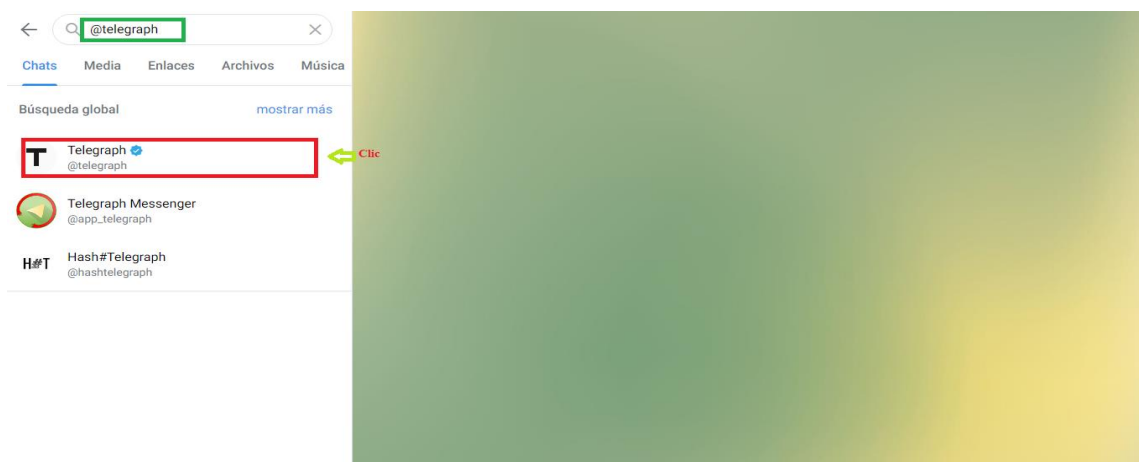
#### Inicio

Dirigirse a Telegram

Una vez iniciado en el buscador del chat se pone la palabra “@Telegraph” y se ingresa.

#### Figura 33

*Inicio Telegram*



**Nota:** (web.telegram.org., 2022)

Como siguiente paso se ingresa en el siguiente enlace.



## Figura 34

### Sección para crear el catálogo



**Nota:** (web.telegram.org., 2022)

## Desarrollo

Una vez realizado lo anterior mencionado se dirige al emprendedor a una nueva pestaña en donde podrá a comenzar a desarrollar el catálogo a su gusto.

## Figura 35

### Desarrollo del catálogo

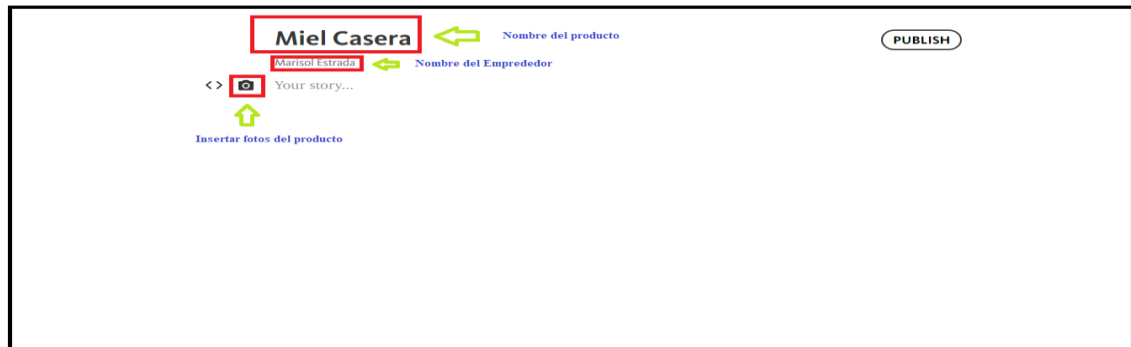
The image shows a form for creating a new article in the Telegraph bot interface. The form is enclosed in a red border and contains the following fields: "Title", "Your name", and "Your story...". A "PUBLISH" button is located in the top right corner of the form.

**Nota:** (web.telegram.org., 2022)

Como primer paso en el desarrollo de catalogo lo que se debe hacer es poner el título del producto o servicio que el emprendedor se encuentra ofreciendo. Seguidamente se procede a editar con fotos e información para que las personas a las cuales va dirigido la publicación tengan más claro el mensaje a la hora de receptarlo.

## Figura 36

*Información para el catálogo*



The image shows a Telegram product listing form. At the top, the product name "Miel Casera" is entered in a red-bordered box, with a green arrow pointing to the label "Nombre del producto". Below it, the author name "Marisol Estrada" is entered in a red-bordered box, with a green arrow pointing to the label "Nombre del Emprededor". To the left of the author name is a camera icon and the text "Your story...". Below the author name is a green upward-pointing arrow and the text "Insertar fotos del producto". In the top right corner, there is a "PUBLISH" button in a rounded rectangle.

**Nota:** (web.telegram.org., 2022)

Una vez realizado todo, se publica y se comparte el catálogo.

## Figura 37

*Publicación del catálogo terminado*



**Nota:** (web.telegram.org., 2022)

### **6.4.3. Feria de emprendimientos**

Se ha visto conveniente proponer esta actividad ya que corresponde a una de las formas más importantes en la que los emprendedores con sus emprendimientos pueden presentar sus productos a través de una exposición, donde pueden obtener una reactivación en su economía ya que de este modo esto les permitirá a los negocios tener un acercamiento personal con sus potenciales clientes y como resultado generar un mayor grado de oportunidades para darse a conocer en la ciudad de Loja.

A continuación, se presenta una serie de características esenciales que permitirán obtener por parte del emprendedor una idea más clara del tema propuesto.

#### **Actividades**

- a. Antes de que los emprendedores participen en la respectiva feria, se necesita realizar capacitaciones que les permita brindar una mejor atención al cliente y de ese modo obtener una capacidad óptima para vender.
- b. El emprendedor debe de establecer y tener bien claro cuáles son los objetivos que desea lograr en la feria, ya sea dar a conocer lo que se está ofreciendo, captar nuevos clientes o proveedores.
- c. Conocer con anterioridad las características que posee el cliente para de esa manera ofrecer ideas o productos innovadores, de calidad y actualizados.
- d. Recoger información de las personas que se encontraron en la feria y de ese modo generar una base de datos, para de esta manera generar una serie de análisis que permitirán al emprendedor tener información ya sea de aspectos positivos o negativos y en base al resultado optar por tomar la decisión más acertada.

## **Beneficios**

Como se trata de un evento organizado, los emprendedores no son los que se dirigen hacia sus potenciales clientes, más bien es lo contrario, ya que las personas que están dispuestos a comprar buscan adquirir nuevos productos o servicios que se están ofertando en la feria.

Se logran llamar de mejor forma la atención de clientes potenciales que hubieran resultado difíciles de captar en otro lugar, ya sea por redes sociales o plataformas digitales. Esto por la razón de que aún existe gente que está acostumbrada a adquirir las cosas por medios tradicionales.

Permite potenciar la marca del producto que se encuentra ofertando.

Una vez establecido el emprendedor, le permite observar su competencia y de ese modo hacer los respectivos ajustes para mejorar.

## 7. Discusión

En los resultados obtenidos por parte del desarrollo del trabajo de investigación se pudo apreciar un factor importante el cual corresponde al punto de vista del emprendimiento frente a la pandemia por parte del emprendedor siendo este el propósito de conocer cuál fue su situación durante este periodo de tiempo. A partir del proceso de encuesta realizado, se demostró que la mayoría de las personas que se dedican a este tipo de actividad con un 52,00% vieron a esto como una desventaja; esto coincide con la investigación realizada por Useche et al. (2021) el cual exhibe, de forma puntual, que la pandemia ha ocasionado estragos, pues un 69% de los emprendedores en el Ecuador indico haber sido afectado de forma negativa.

Así mismo se observó que uno de los factores que tuvieron influencia negativa en el desarrollo de los emprendimientos fueron tanto la disminución de la producción como la falta en la demanda, similar a lo expuesto por Sumba et al. (2020) en su artículo de la revista FIPCAEC titulado “Emprendimientos en tiempo de Covid-19” en donde denota que la causa principal se debió a la crisis sanitaria y cierre de actividades económicas.

En base a la información expuesta por Lasio et al. (2020) y conforme a la situación de los emprendimientos durante el tiempo de pandemia y confinamiento se pudo observar la reacción de los emprendedores para obtener un desarrollo optimo frente a la crisis sanitaria, la cual fue posible con ayuda de los recursos digitales que optaron por aplicar, dando como consecuencia a las ventas online con un 51,3% convirtiéndose en uno de los métodos más utilizados para el desarrollo de las actividades en este periodo de tiempo. Resultado similar al presente trabajo ya que el 32,95% de los emprendedores encuestados emplearon la misma estrategia, según los datos obtenidos.

En este sentido según Useche et al. (2021) se espera a que en un futuro se realicen capacitaciones a los diferentes emprendedores situados en el país para que estos tengan conocimiento de crear en una plataforma un sitio web el cual permita a los clientes buscar en línea un producto o servicio y de esta manera beneficiar a los emprendimientos y así poder reactivar la economía nacional. Es así que, a diferencia de esta investigación, en el desarrollo del presente trabajo se plantean soluciones de reactivación económica con ayuda del uso de los medios virtuales lo que impulsará a los emprendimientos de la ciudad de Loja a un mejor desempeño en sus actividades.

Cada una de estas soluciones se seleccionaron con el motivo de que sean más accesibles y fáciles de usar por parte del emprendedor, para que de esta manera se obtenga un mejor provecho de ellas y se impulse de forma óptima la economía del emprendimiento y de este modo cumplir con el objetivo del trabajo.

Una vez recolectada la información a través de los resultados de las encuestas se procedió a determinar los hallazgos de las diferentes etapas conformadas por los objetivos, dando a conocer y discutir algunos aspectos de importancia que se deben de tomar en cuenta en la investigación.

Durante el proceso de recolección de información referente a la base de datos sobre los emprendimientos en la ciudad de Loja, se presentaron ciertas dificultades dado a la cantidad limitada de instituciones que aportaron con datos para el desarrollo del trabajo. Estos inconvenientes se encontraban presentes debido a que las autoridades de las respectivas entidades hicieron conocer que la prioridad se encontraba en proyectos ajenos a la situación emprendedora de la ciudad.

Así mismo, al procesar los datos obtenidos, se presentaron incongruencias e inexistencias que dificultaban el contacto con los emprendedores a encuestar, por lo que demostró que a pesar de que las instituciones que contaron con documentos y que aportaron al desarrollo del trabajo, aún cuentan con información desactualizada, la cual, sin el procesamiento y actualización adecuada, no permitiría esbozar un informe concerniente a la actualidad de los emprendimientos.

A breves rasgos los resultados de la encuesta pudieron dar la impresión de que los emprendimientos están bien encaminados en su desarrollo económico, sin embargo, existe un número importante que se vio realmente afectado por la pandemia por lo que necesitan de soluciones que brinden un aporte en su desarrollo integral dentro del mercado competitivo y que a su vez les permita ejercer su actividad económica de una manera óptima. De este modo lo que se espera obtener por parte de los emprendedores que se han visto de alguna manera afectados, es de que obtengan un mejor conocimiento de las herramientas digitales que hoy en la actualidad se utilizan y así poder llevar a su emprendimiento de forma correcta y sin ningún tipo de problema en situaciones complicadas.

## 8. Conclusiones

- En la presente tesis se evaluó la situación actual de los emprendimientos y su desempeño en la ciudad de Loja a partir de los hechos ocurridos por la pandemia para lo cual se tomaron en cuenta características y variables reflejadas en los diferentes resultados presentados en el transcurso del desarrollo del trabajo, así mismo estos llevaron a obtener un mejor punto de vista el cual permitió conocer cuál fue el actuar del emprendedor y su modo de subsistir ante la pandemia.
- A través de la recolección de información por parte de las herramientas como la encuesta se estableció la clasificación de los emprendimientos en la ciudad de Loja, la cual ayudo a determinar a qué tipo de actividad económica es la que con mayor frecuencia se practica en el entorno y así poder conocer el propósito y visión del emprendedor en el mercado.
- Una vez analizado el comportamiento de los emprendimientos durante y después de la pandemia en la ciudad de Loja, se pudo observar cómo estos tuvieron un punto de vista distinto hacia este periodo de tiempo, debido a que en parte estos supieron aprovechar la ocasión llevando a un óptimo desempeño a su negocio, con ayuda de métodos de trabajos adaptados al entorno, permitiendo de este modo que estos no tengan que abandonar su emprendimiento, sin embargo por otro lado un número significativo de emprendedores se vio afectado por lo que estos no encontraron de soluciones que actúen de apoyo para subsistir en tiempo de COVID.
- El planteamiento de soluciones se aplicó con el propósito de brindar una reactivación en la economía de los emprendimientos por medio del uso de herramientas digitales ya que a través de los resultados obtenidos se vio necesario implementar métodos actualizados que ayuden a estos negocios a tener un mayor impacto en el mercado competitivo.

## 9. Recomendaciones

- Realizar campañas que impulsen la implementación de nuevos emprendimientos con características innovadoras y adaptados a las necesidades actuales de las personas.
- Realizar una actualización o censo cada cierto periodo, para el reajuste de la información referente a los emprendimientos dentro de la ciudad, con el objetivo de esbozar un panorama adecuado de la situación económica de la ciudad, y si es posible, del país en general.
- Impulsar capacitaciones continuas a los emprendedores, que les permita conocer diferentes formas de actuar frente a situaciones que lleven hacia restricciones y que impidan laborar con su emprendimiento normalmente, para que de esta manera no lo tomen como una desventaja, sino como una oportunidad para aplicar estrategias y de este modo dar a conocer su actividad por otro medio.
- Los diferentes emprendedores deben relacionarse más con herramientas digitales y actualizadas, ya que así les permitirá llegar a nuevos clientes potenciales de una manera más fácil y a un costo menor. También es necesario que se apliquen constantemente programas en donde se puedan reunir a todas las personas que se dedican a esta actividad con el fin de darse a conocer mejor y tener un contacto más directo para potenciar su marca y de este modo obtener resultados positivos en sus ventas lo cual dará una reactivación en la economía del emprendimiento.



## 10. Bibliografía

- Aguirre, M. C. U., Burgos, M. J. P., & Ramírez, C. A. B. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *Retos*, 11(22), 271–286. <https://doi.org/10.17163/RET.N22.2021.05>
- Albuquerque, F. (2018). *Conceptos Básico de Economía* (1st ed., Vol. 1). Universidad de Deusto. <https://www.orquestra.deusto.es/images/investigacion/publicaciones/libros/colecciones-especiales/Conceptos-basicos-economia-enfoque-etico.pdf>
- Banco Pichincha. (2021). *Seis formas de financiamiento para empresas en Ecuador*. Banco Pichincha. <https://www.pichincha.com/portal/blog/post/formas-de-financiar-una-empresa>
- CEPAL. (2021, April 21). *Reactivación económica para mitigar los efectos negativos de la pandemia*. CEPAL. <https://www.cepal.org/es/comunicados/impulsar-la-reactivacion-economica-mitigar-efectos-negativos-la-pandemia-es-esencial-que>
- Díaz de Alda, A. (2017). *EL CONCEPTO DE EMPRENDEDOR: ORIGEN, EVOLUCIÓN E INTERPRETACIÓN*. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/74177/El%20concepto%20de%20empendedor%20origen%2C%20evolución%20e%20introducción.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Dziallas, M., & Blind, K. (2019). Innovation indicators throughout the innovation process: An extensive literature analysis. In *Technovation* (Vols. 80–81). <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.05.005>
- Espinosa, S. (2021). *La evaluación integral de emprendimientos*. *Emprendimiento y Gestión*. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362013000300010](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362013000300010)
- Fernando Hidalgo Proaño, L. (2015). Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina La cultura del emprendimiento y su formación The Culture of Entrepreneurship and Education. *Estudios Del Desarrollo Social: Cuba y América Latina RPNS*, 2346(2). <https://www.redalyc.org/pdf/5523/552357189003.pdf>
- García, M., Grilló, A., & Morte, T. (2021). Comportamiento del emprendimiento trascendiendo a la postpandemia. *Retos*, 11(21), 55–70. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04>
- Griffin, R. (2011). *Administración*. (10th ed.). CENGAGE Learning.

- Gutiérrez, I. (2021, April 5). *Importancia del Emprendimiento*. Ecoemprendimiento. <https://conemprendimiento.com/liderazgo/importancia-del-emprendimiento/>
- Langan, R., Cowley, S., & Nguyen, C. (2019). The State of Digital Marketing in Academia: An Examination of Marketing Curriculum's Response to Digital Disruption. *Journal of Marketing Education*, 41(1). <https://doi.org/10.1177/0273475318823849>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). Global Entrepreneurship Monitor. *ESPAE Escuela de Negocios*, 2. [https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM\\_Ecuador\\_2019.pdf](https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf)
- Ley Orgánica de emprendimiento e Innovación*, (2020) (testimony of Ley Orgánica de emprendimiento e Innovación). [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf)
- Moctezuma, V. (2018). *Ventajas de ser un emprendedor* / *iLab*. ILAB. <https://ilab.net/ventajas-de-ser-un-emprendedor/>
- Nicuesa, M. (2017, April 26). *Tipos de Empresa según su Actividad Económica*. Empresariados. <https://empresariados.com/tipos-de-empresa-segun-su-actividad-economica/>
- Ovalles, L., Moreno, Z., Olivares, M., & Silva, H. (2018). *Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico*. <https://www.redalyc.org/journal/290/29055767013/29055767013.pdf>
- Pérez, A. (2019). *Qué es emprendimiento: definición y perspectivas* / *OBS Business School*. OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-emprendimiento-definicion-y-perspectivas>
- Ponce, O., Morejón, M., Salazar, G., & Baque, E. (2019). *INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS. Introducción a Las Finanzas*. <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2019/09/Introducción-a-las-finanzas.pdf>
- Pulido, S. (2020, March 12). *Diferencia entre brote, epidemia y pandemia*. Gaceta Médica. <https://gacetamedica.com/investigacion/cual-es-la-diferencia-entre-brote-epidemia-y-pandemia/>

- Ríos, A., Román, J., Ramírez, N., Jara, A., Coronel, T., Gallardo, H., & Sánchez, M. (2020). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL. *Loja Para Todos Administración*.  
[https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/2020/plan\\_de\\_desarrollo\\_y\\_ordenamiento\\_territorial\\_del\\_canton\\_loja\\_-\\_sociabilizacion\\_del\\_documento.pdf](https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/2020/plan_de_desarrollo_y_ordenamiento_territorial_del_canton_loja_-_sociabilizacion_del_documento.pdf)
- Rothan, H. A., & Byrareddy, S. N. (2020). The epidemiology and pathogenesis of coronavirus disease (COVID-19) outbreak. *Journal of Autoimmunity*, 109, 102433.  
<https://doi.org/10.1016/J.JAUT.2020.102433>
- Samuel, M., Grunauer, N., & Granados Maguiño, M. A. (2017). El Marketing y su aplicación en diferentes áreas del conocimiento. *REDES*.  
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12484/1/ElMarketing-Y-SuAplicacionEnDiferentesAreas.pdf>
- Sandoval, A. (2020). *Tipos de emprendimiento y sus características. Algunos ejemplos - Think Big Empresas*. Think Big / Empresas. <https://empresas.blogthinkbig.com/tipos-de-emprendimiento/>
- Sumba, R., Baque, C., Almendariz, S., & Aliatis, V. (2020). Vista de Emprendimientos en tiempo de covid-19. *FIPCAEC*, 5. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/300/529>
- Torres, C., & Valdivieso, S. (2019). *¿ES EL CRÉDITO UN CATALIZADOR DEL EMPRENDIMIENTO?: RETOS Y RECOMENDACIONES EN ECUADOR*. <https://deldichoalhecho.ecuador-decide.org/wp-content/uploads/2019/09/Informe-Emprendimiento-DDAH.pdf>
- Torres Torres, Á. O., Bernal Álava, Á. F., & Peñafiel Moncayo, I. R. (2021). Reacción de los emprendimientos frente a la crisis sanitaria del COVID 19. *Revista Publicando*, 8(32), 51–60. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2267>
- UNCTAD. (2020). Ecosistema del emprendimiento. *UNCTAD*. [https://unctad.org/system/files/official-document/epf\\_npd02\\_Ecuador\\_es.pdf#page=60&zoom=100,109,708](https://unctad.org/system/files/official-document/epf_npd02_Ecuador_es.pdf#page=60&zoom=100,109,708)
- Unlimited, S. (2020). *¿Qué es un Emprendedor Social? Definición y Características*. Unlimited. <https://www.unltdspain.org/que-es-un-emprendedor-social/>

Useche, M., Pereira, M., & Barragán, C. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *Retos*, *11*(22), 271–286. <https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.05>

Vélez, Y., Márquez, A., & González, J. C. (2020). *El emprendimiento en tiempos de pandemia en Ecuador*. Emprendimiento.Ec. <https://emprendimiento.ec/emprendimiento-ecuador/el-emprendimiento-en-tiempos-de-pandemia-en-ecuador/>

## 11. Anexos

### Anexo 1.

*Formato de encuesta dirigida a los emprendedores*



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

*Reciba un cordial saludo y a la vez me permito pedirle de la manera más comedida se digne a contestar la siguiente encuesta, cuya información me será indispensable para la realización de la investigación.*

#### **1.- Género**

Masculino

Femenino

#### **2.- ¿Cuál de estas instituciones tiene conocimiento de que brinden apoyo al emprendimiento?**

Municipio

Gobierno Provincial

MIES

Banco de Fomento

MIPRO

#### **3.- Cual es el aspecto que considera más importante que impide el crecimiento de su emprendimiento**

Falta de demanda

Falta de insumos

Falta de financiamiento

Altas tasas de impuestos

Incertidumbre sobre el estado de la economía

**4.- ¿Conforme a sus ingresos, a cuál de las siguientes opciones se destina la mayoría?**

Reinversión del negocio

Póliza

Pago de deudas

Adquisiciones de bienes

**5.- Referente a la crisis sanitaria, ¿fue para su emprendimiento una oportunidad o una desventaja el tener que pasar por la situación de la pandemia**

Oportunidad

Desventaja

**6.- En base a la situación de la pandemia, ¿Cuál fue su situación en su emprendimiento conforme a los ingresos?**

Aumentaron

Permanecieron constantes

Disminuyeron

*Si la pregunta 11 su respuesta es “Disminuyeron” conteste la siguiente pregunta:*

**7.- Cual de los siguientes factores tuvo influencia negativa en sus ingresos para su emprendimiento.**

Disminución en la producción

Incapacidad de entregar los pedidos existentes

Interrupción en la cadena de suministros

Falta de materia prima

Normas de restricciones por la crisis sanitaria

*Si la pregunta 11 su respuesta es “Aumentaron” conteste la siguiente pregunta:*

**8.- Cuál de los siguientes factores cree que tuvo influencia positiva en sus ingresos para su emprendimiento.**

Costos operativos (despidos, reducciones salariales)

Uso de equipos tecnológicos o software para reducir la necesidad de mano de obra

Búsqueda de nuevos canales de adquisición

**9.- ¿Durante el tiempo de pandemia adapto nuevos métodos de trabajo para que su emprendimiento no pierda actividad?**

Si

No

**10.- ¿Cuál método de trabajo fue el que mejor se adaptó a su emprendimiento durante este tiempo?**

Innovación en productos de acuerdo a la necesidad del momento

Ventas Online

Modalidad de Teletrabajo

Servicios a domicilio

**11.- ¿Desde el punto de vista postpandemia sus ingresos en su emprendimiento permanecen de la misma forma a cuando se estaba en principios de confinamiento?**

Permanecen constantes

Aumentaron

Disminuyeron

**12.- Si su respuesta fue que aumentaron sus ingresos, ¿En qué porcentaje fueron estos?**

Entre 0% a 15%

Entre 16% a 35%

Entre 36% a 50%

Mas de 50%

**13.- Si su respuesta fue que disminuyeron sus ingresos, ¿En qué porcentaje fueron estos?**

Entre 0% a 15%

Entre 16% a 35%

Entre 36% a 50%

Mas de 50%

**14.- ¿Por qué considera que han ocurrido estos cambios?**

Las personas ya no tienen miedo a salir

La gente se ha acostumbrado a los medios digitales

La gente tiene aún miedo al contagio

**15.- ¿Considera usted que el desempeño de los emprendimientos en la pandemia influyó en la economía de la ciudad?**

Si

No

**16.- Estaría interesado en recurrir a soluciones que hagan de su emprendimiento obtener una reactivación económica?**

Si

No

***GRACIAS POR SU COLABORACIÓN***



**Anexo 2.**

*Solicitud base de datos emprendimientos*

**COMPROBANTE DE TRÁMITE**  
ARCHIVO GENERAL

**MUNICIPIO DE LOJA**  
José Antonio Eguiguren SN y Bolívar. Teléfono: 2570407-  
Municipio de Loja

Trámite No:  
**EXT-SA-OS-02917-2022**

Departamento destino:  
**SECRETARIA DE ALCALDIA**


Servicio:  
**OTROS SERVICIOS**

Solicitante:  
**ORTEGA JARAMILLO JUAN CARLOS**  
MUNICIPIO DE LOJA

Ingresado por:  
**MINGA CONTENTO PAULINA DEL CARMEN**


Fecha de Inicio:  
**20/01/2022 15:41:29**

Asunto:  
**PROPORCIONE INFORMACION DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA CIUDAD DE LOJA**



CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA EL SEGUIMIENTO DE SU TRÁMITE

Bolívar y José Eguiguren  
Bolívar y José Antonio Eguiguren  
Tel: 593 7 2570 407 - Casilla de la "M"  
E-mail: [alcaldia@loja.gob.ec](mailto:alcaldia@loja.gob.ec) / [www.loja.gob.ec](http://www.loja.gob.ec)



"Nada por la fuerza, todo por la ley,  
juntos construyamos una Loja para todos"

### Anexo 3.

#### Aplicación de la encuesta

### Figura 38

#### Encuesta digital

The screenshot shows a web-based survey application. At the top, there is a navigation bar with a hamburger menu, the title "Encuesta Emprendimientos", and a star icon. On the right side of the navigation bar, there are icons for settings, eye, back, forward, and a purple "Enviar" button. Below the navigation bar, there are three tabs: "Preguntas", "Respuestas" (with a notification badge showing "150"), and "Configuración". The main content area displays the survey form. The title of the survey is "Encuesta.". Below the title, there is a paragraph of introductory text: "La siguiente encuesta tiene como propósito fundamental recopilar información sobre los emprendimientos de la ciudad de Loja, para de esa manera obtener datos importantes que permitan el análisis de la situación actual. Dicha encuesta tiene como objetivo aplicarla para fines investigativos y académicos, por lo que ya le agradecemos su colaboración." Below this text is a "Correo\*" field with a "Correo válido" label and a "Este formulario registra los correos. Cambiar configuración" link. The first question is "1.- Género", with radio button options for "Masculino" and "Femenino". The second question is "2.- ¿A qué tipo de actividad económica se dedica su emprendimiento?\*", with radio button options for "Ventas" and "Servicios". On the right side of the survey form, there is a vertical toolbar with icons for adding, deleting, and other actions.

### Figura 39

#### Petición a la participación de la encuesta digital a emprendedores por medio de canales de comunicación digital – Evidencia 1

The screenshot shows a digital communication channel interface. At the top, there is a header with the title "Encuesta.", a yellow "Externo" tag, and a grey "Recibidos x" tag. On the right side of the header, there are icons for expand, print, and share. Below the header, there are three messages. The first message is from "JUAN CARLOS ORTEGA JARAMILLO" at 14:01 (hace 9 minutos), with a star icon. The message text is "Muy buenas días disculpe la molestia, seria tan amable de ayudarme llenando la siguiente encuesta, no les va a tomar mucho tiempo. Soy estudi...". The second message is from "Cristina Nayelin Puglla" at 14:09 (hace 1 minuto), with a star icon, a reply icon, and a menu icon. The message text is "para mí", "Listo", and "..." (indicated by three dots). The third message is from "JUAN CARLOS ORTEGA JARAMILLO" at 14:11 (hace 0 minutos), with a star icon, a reply icon, and a menu icon. The message text is "para Cristina", "GRACIAS!", and "..." (indicated by three dots).

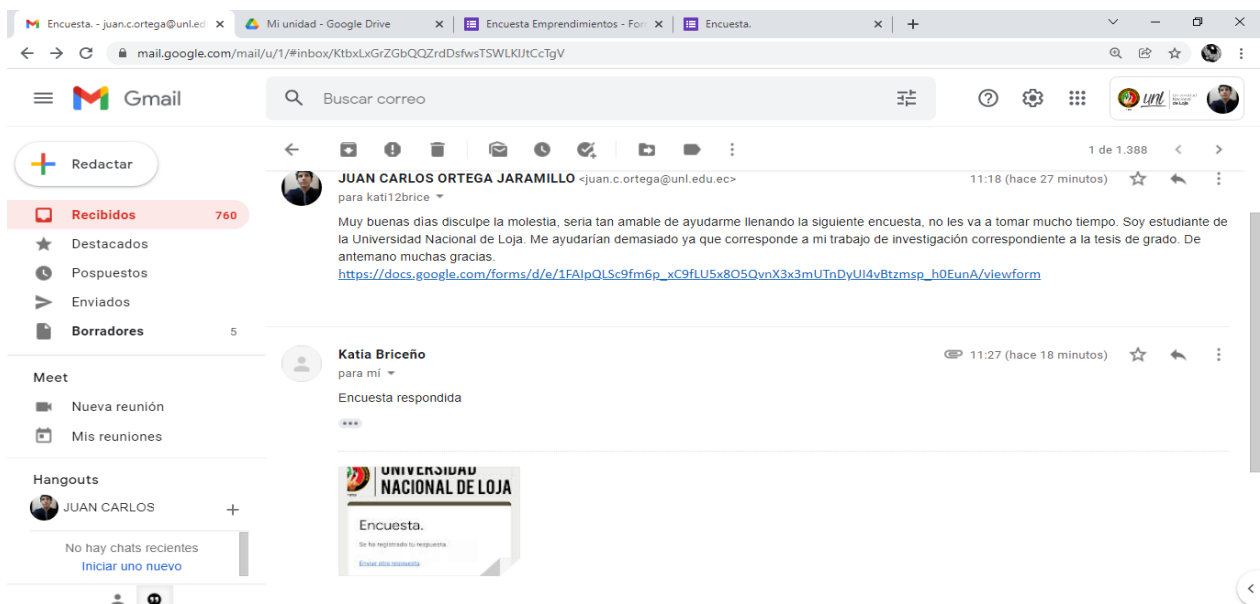
## Figura 40

*Petición a la participación de la encuesta digital a emprendedores por medio de canales de comunicación digital – Evidencia 2*



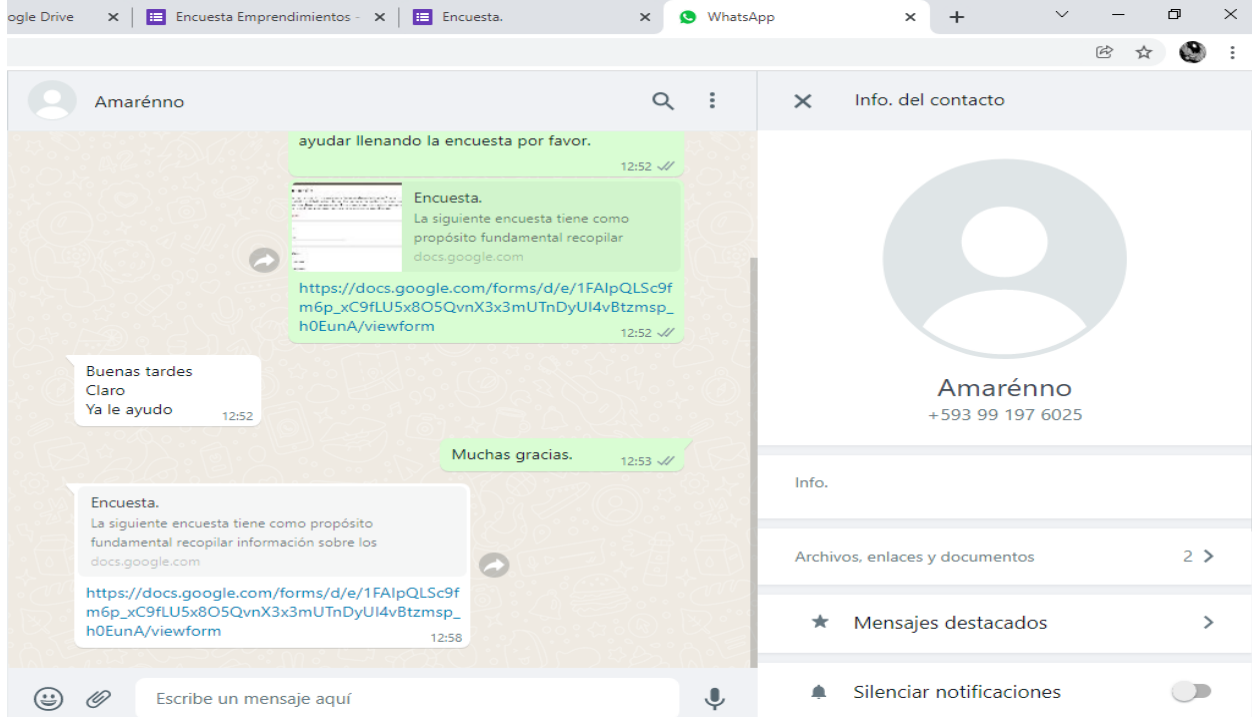
## Figura 41

*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 1*



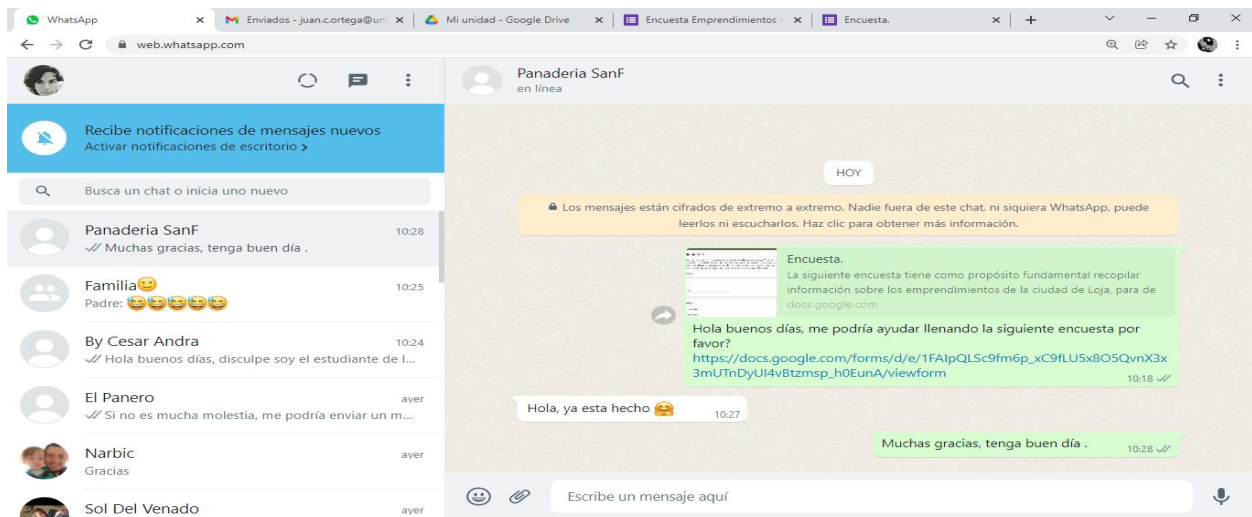
**Figura 42**

*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 2*



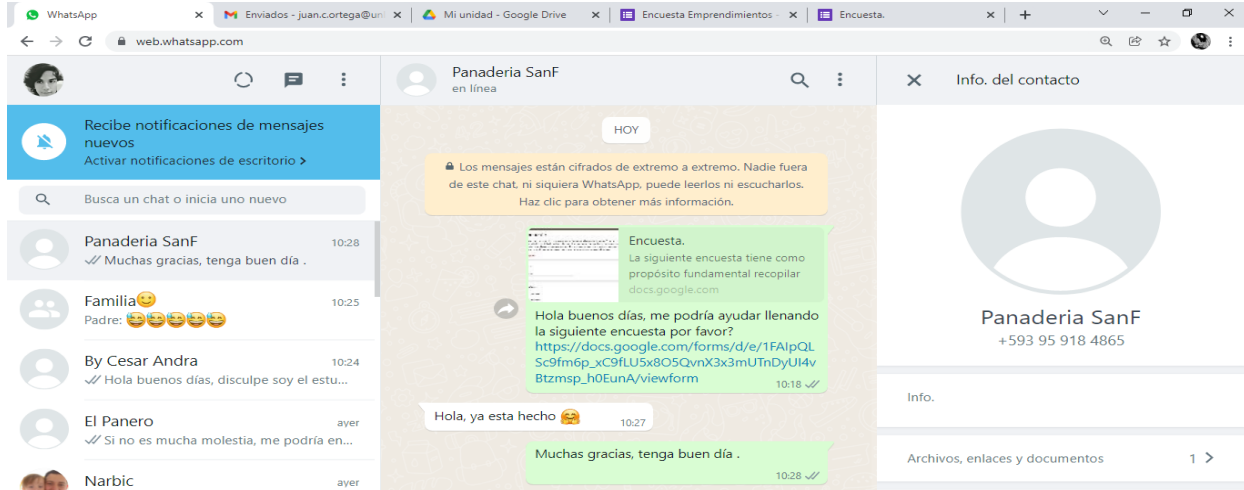
**Figura 43**

*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 3*



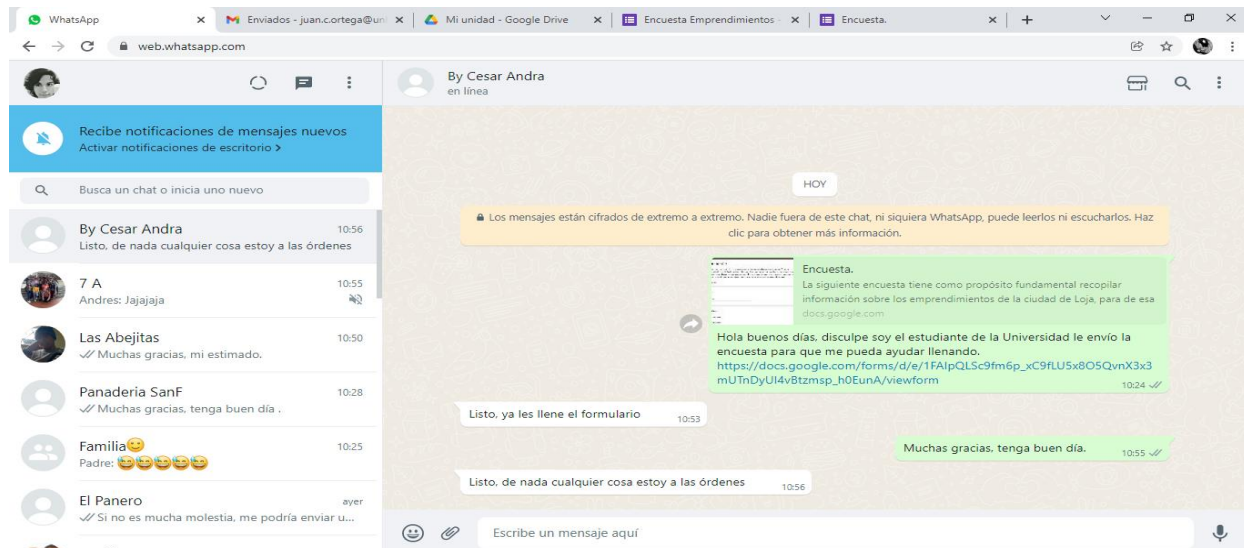
**Figura 44**

*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 4*



**Figura 45**

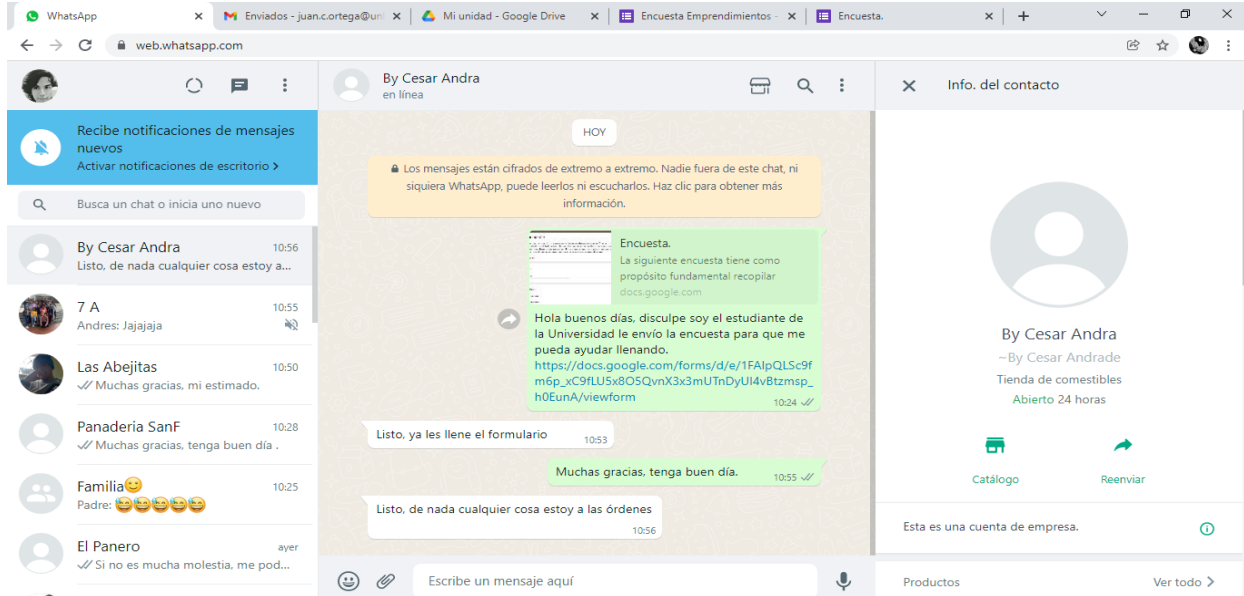
*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 5*





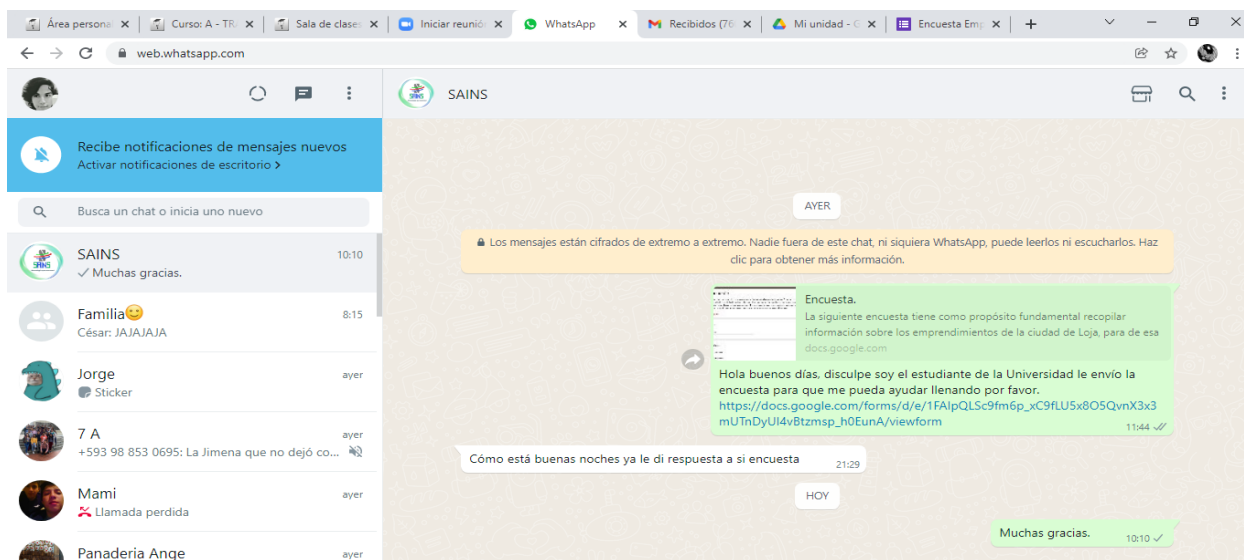
**Figura 46**

*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 6*



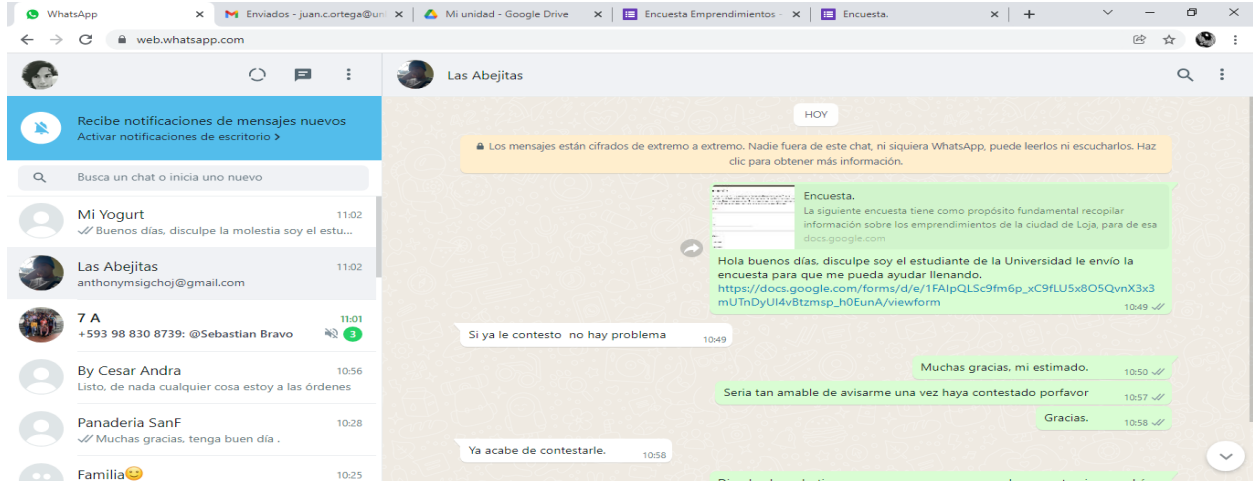
**Figura 47**

*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 7*



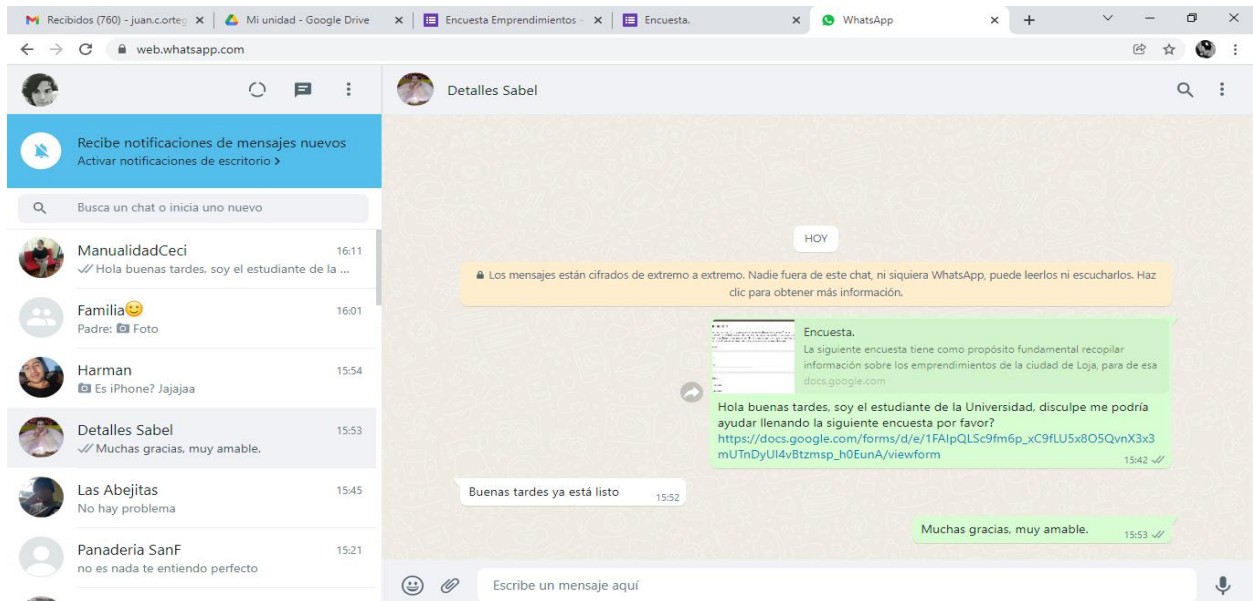
## Figura 48

Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 8



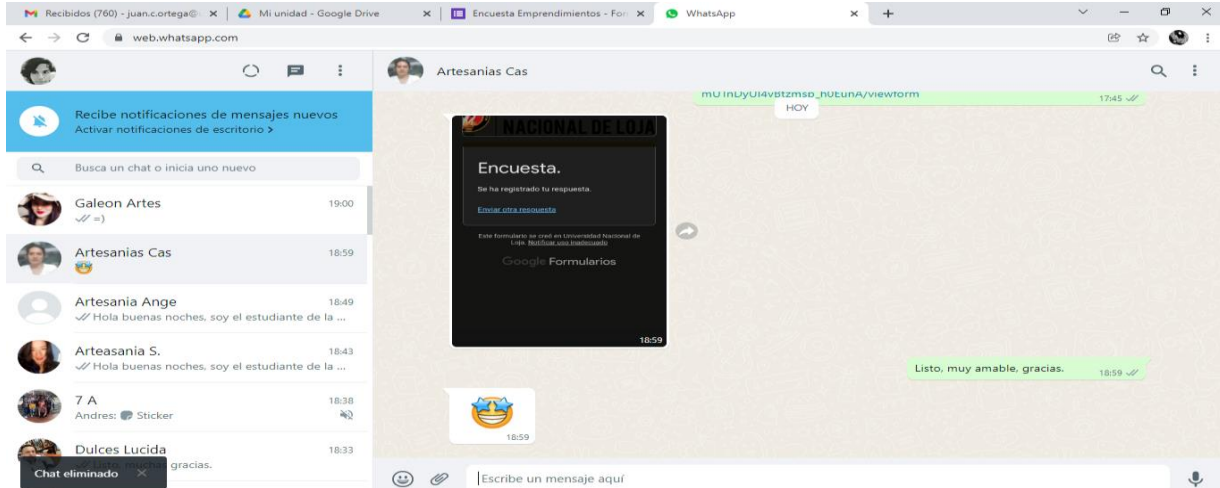
## Figura 49

Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 9



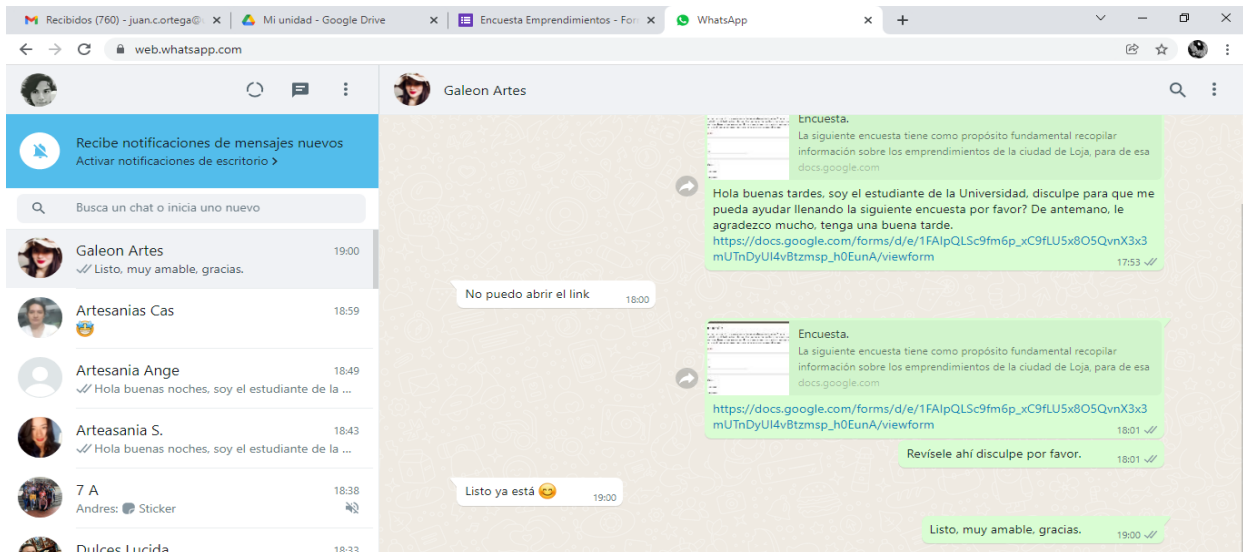
## Figura 50

Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 10



## Figura 51

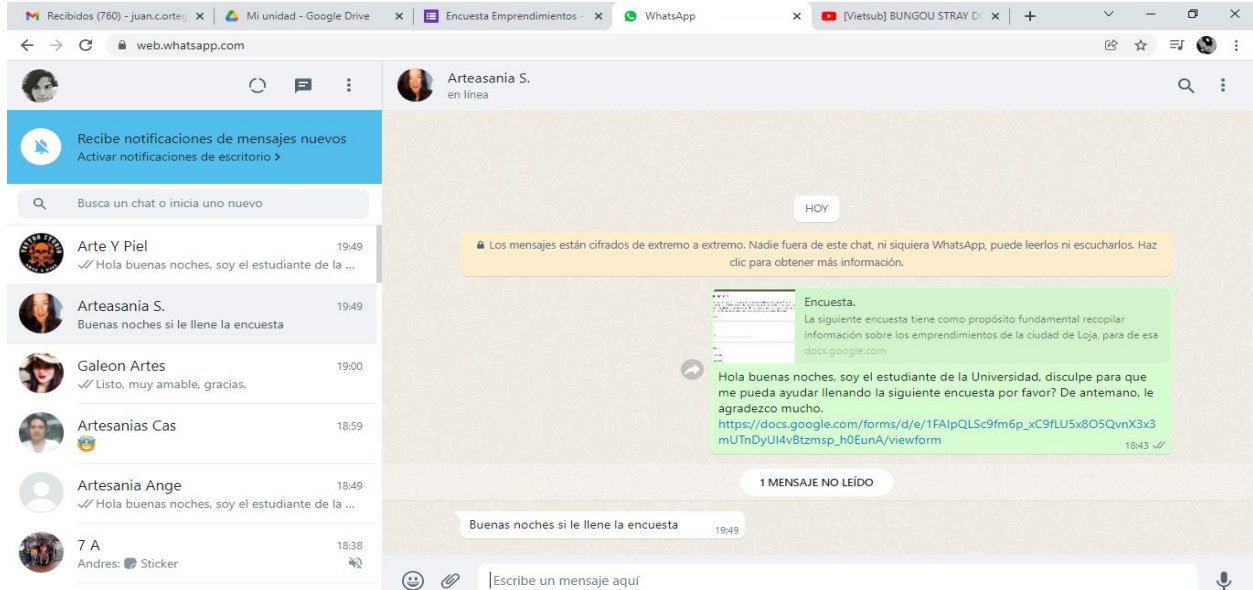
Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 11





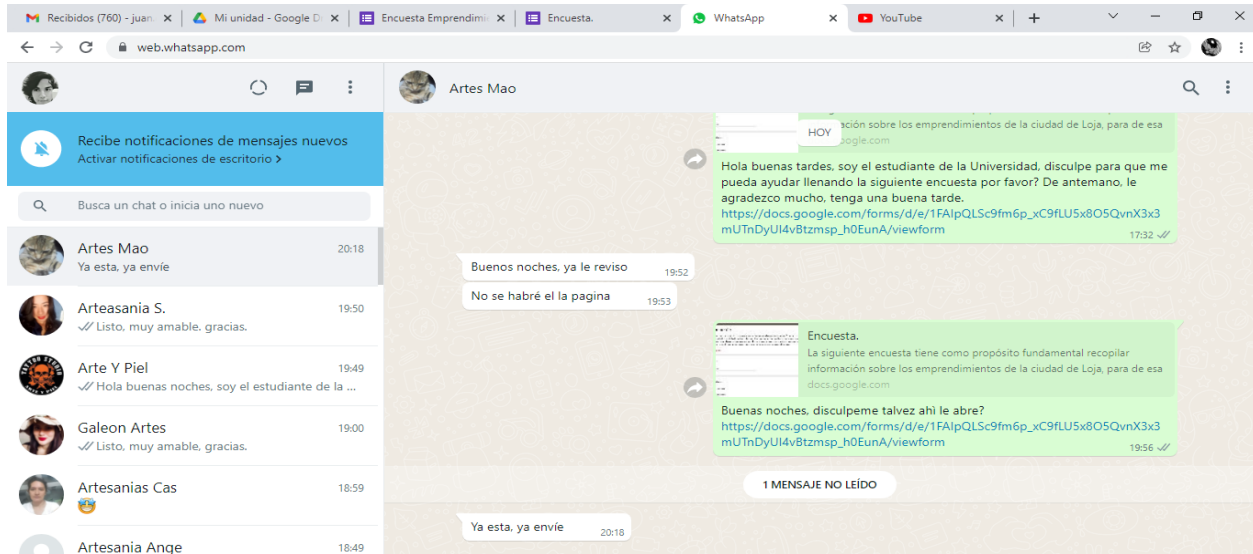
**Figura 52**

*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 12*



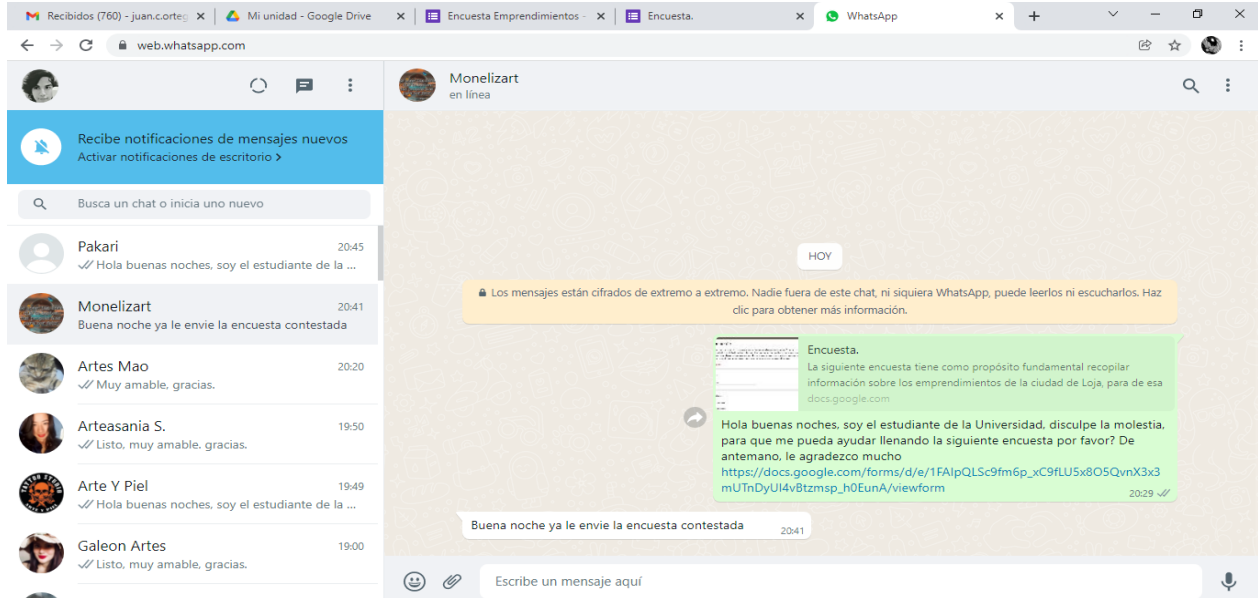
**Figura 53**

*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 13*



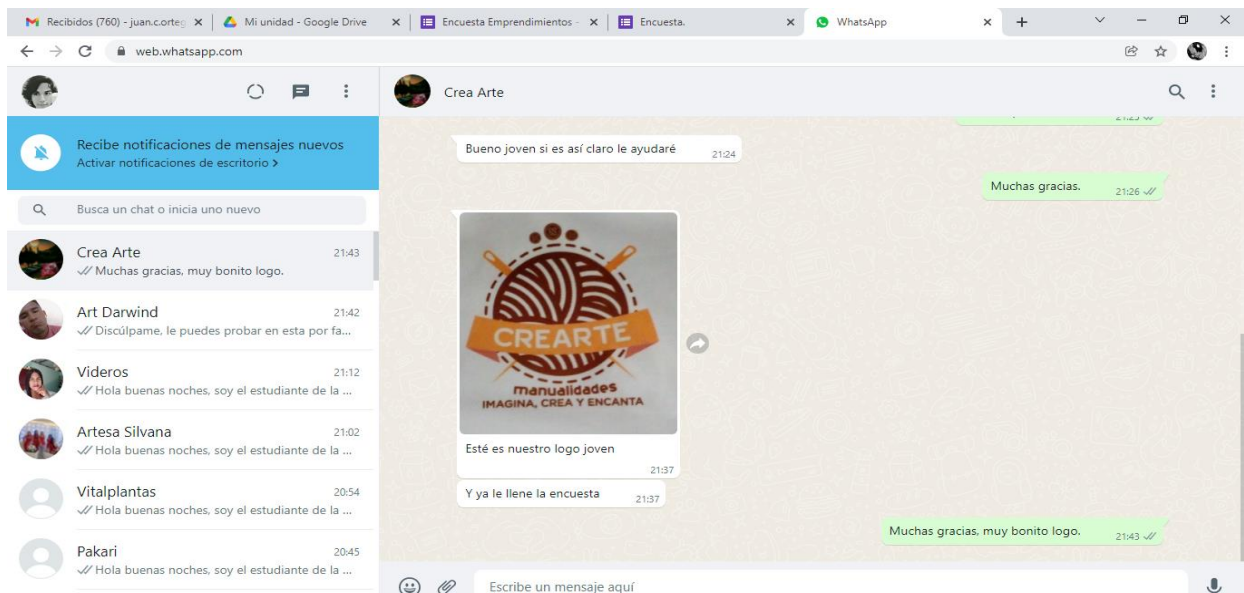
## Figura 54

*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 14*



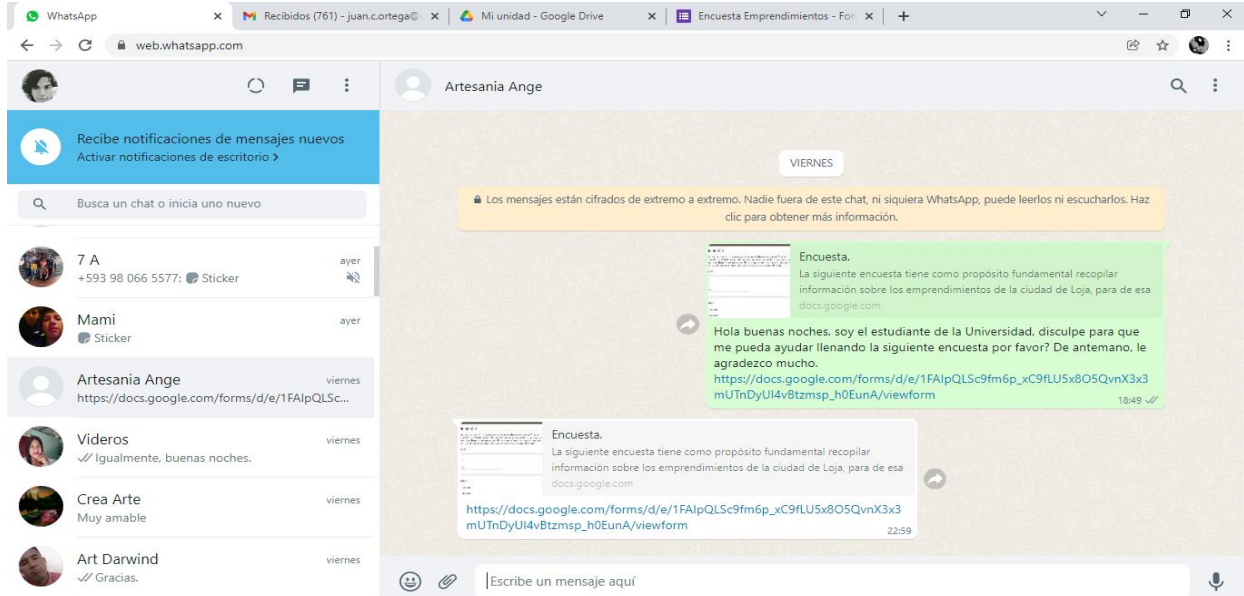
## Figura 55

*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 15*



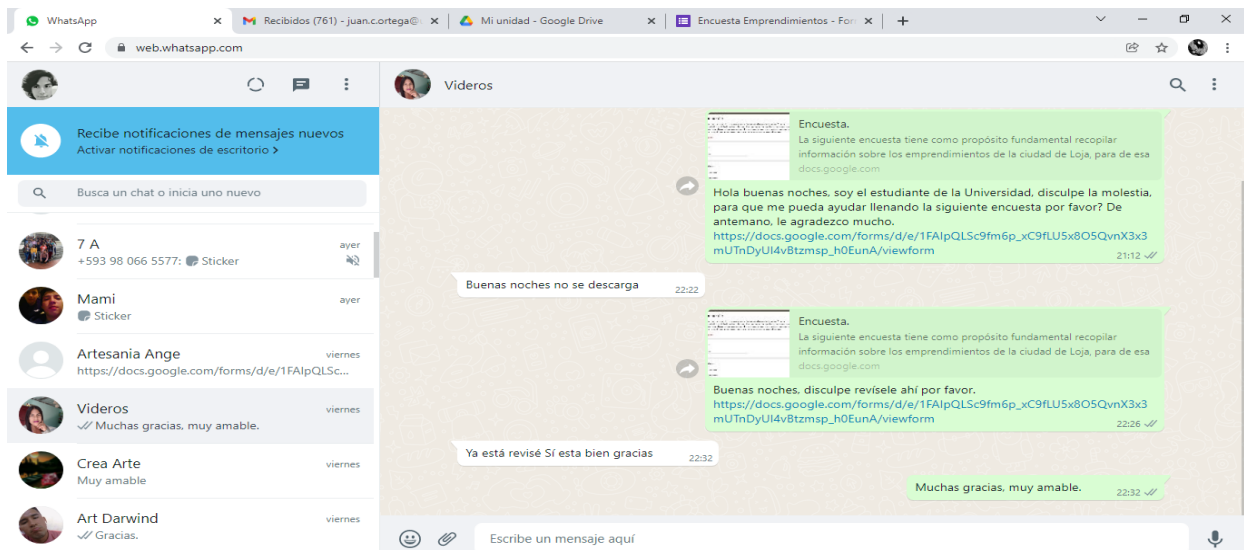
**Figura 56**

*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 16*



**Figura 57**

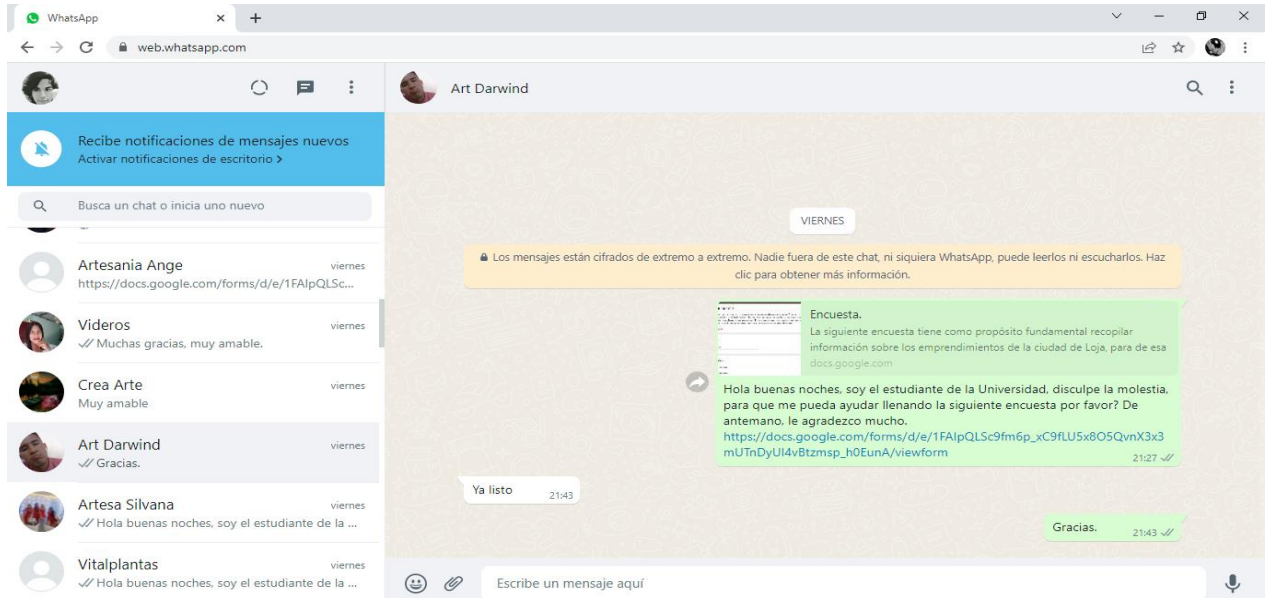
*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 17*





**Figura 58**

*Confirmación de participación en la encuesta por medio de canales de comunicación digital - Evidencia 18*



**Figura 59**

*Proceso de aplicación de encuesta en formato presencial - Evidencia 1*





**Figura 60**

*Proceso de aplicación de encuesta en formato presencial - Evidencia 2*



**Figura 61**

*Proceso de aplicación de encuesta en formato presencial - Evidencia 3*





**Anexo 4.**

*Certificado de Traducción*

## English Speak Up Center

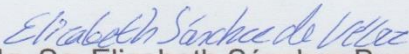
Nosotros "*English Speak Up Center*"

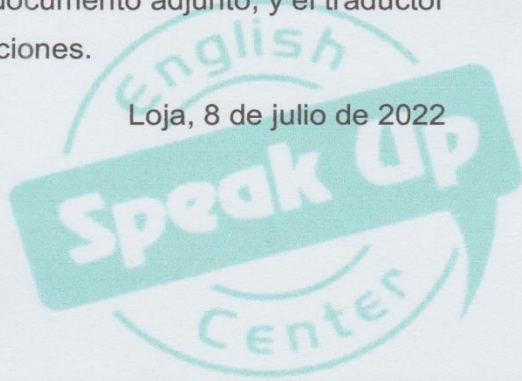
### **CERTIFICAMOS** que

La traducción del documento adjunto solicitado por el señor **Juan Carlos Ortega Jaramillo** con cédula de ciudadanía número **1150952545** cuyo tema de investigación se titula: "**EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS Y SU DESEMPEÑO EN LA CIUDAD DE LOJA**", ha sido realizada por el Centro Particular de Enseñanza de Idiomas "*English Speak Up Center*".

Esta es una traducción textual del documento adjunto, y el traductor es competente para realizar traducciones.

Loja, 8 de julio de 2022

  
Mg. Sc. Elizabeth Sánchez Burneo  
DIRECTORA ACADÉMICA



DIRECCION: SUCRE 207-46 ENTRE AZUAY Y MIGUEL RIOFRIO

TELF: 099 5263 264