



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**Influencia del emprendimiento del sector comercial al por menor en la economía de la provincia de
Tungurahua, cantón Ambato.**

Santín Granda, Eleuterio de Jesús

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Ingeniería en Finanzas y Auditoría

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Ingeniero en Finanzas, Contador Público -
Auditor

Mgs. Villarroel Rivadeneira, Pablo Antonio

9 de septiembre de 2020



Urkund AnalysisResult

AnalysedDocument: Tesis completa 1 - Jesus Santin.docx (D77791001)
Submitted: 8/14/2020 10:26:00 PM
Submitted By: pavillarroel@espe.edu.ec
Significance: 5%

Sources included in the report:

Tesis Sandra Maji. docx
Document TESIS SANDRA MAJI.docx (D61491971)
<https://es.....>
<http://www....>
<https://www...>
<https://www...>

Instances where selected sources appear:

7

Firma:

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Pablo Antonio Villarroel Rivadeneira', written over a horizontal dotted line.

Mgs. Villarroel Rivadeneira, Pablo Antonio

DIRECTOR



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**Influencia del emprendimiento del sector comercial al por menor en la economía de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato**” fue realizado por el señor **Santín Granda Eleuterio de Jesús**, el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido oficial de la institución (Urkund); por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 7 de septiembre de 2020

Firma:

Mgs. Villarreal Rivadeneira, Pablo Antonio

C. C. 1705063079



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Yo, **Santín Granda, Eleuterio de Jesús**, con cédula de ciudadanía n° 1103872410, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“Influencia del emprendimiento del sector comercial al por menor en la economía de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato”** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 7 de septiembre de 2020

Firma

Santín Granda, Eleuterio de Jesús

C.C.: 1103872410



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO**


CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, **Santín Granda, Eleuterio de Jesús**, con cédula de ciudadanía n° 1103872410, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **“Influencia del emprendimiento del sector comercial al por menor en la economía de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 7 de septiembre de 2020

Firma


.....

Santín Granda, Eleuterio de Jesús

C.C.: 1103872410

DEDICATORIA

A Dios,

Por brindarme su guía y protección en todo momento para cumplir con este objetivo de manera exitosa.

A mis Padres,

Eleuterio y Luz América, por brindarme su amor y apoyo incondicional, procurando siempre mi desarrollo personal y académico.

A mis hermanos,

Darwin y José, por los momentos de alegría que hemos compartido.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por brindarme su apoyo en todo momento y educarme en principios y valores.

A todos los docentes, que formaron del proceso formativo en la Universidad.

Al Ing. Mario Mayorga Román, por su dedicación y apoyo en el proceso académico.

Al Mgs. Pablo Antonio Villarroel, por aportar su conocimiento y experiencia para el desarrollo del proyecto.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas "ESPE", prestigiosa institución que me abrió las puertas para continuar con mis estudios universitarios y así obtener mi título profesional.

A la COAC San Francisco Ltda. Matriz Ambato, por permitirme realizar mis prácticas preprofesionales en tan prestigiosa institución.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	3
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA.....	4
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN.....	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
ÍNDICE DE CONTENIDO	8
ÍNDICE DE TABLAS.....	11
ÍNDICE DE FIGURAS.....	13
RESUMEN	15
ABSTRACT.....	16
CAPÍTULO I	17
INTRODUCCIÓN.....	17
Antecedentes	17
Tema de Investigación	18
Planteamiento del Problema	18
Objetivos.....	20
<i>Objetivo General</i>	20
<i>Objetivos Específicos</i>	20
Hipótesis	20
Justificación.....	20
CAPÍTULO II	23
MARCO TEÓRICO	23
Teorías de Soporte.....	24
Emprendimiento	24
<i>Modelo del Evento Empresarial</i>	25

<i>Modelo de Comportamiento Planeado</i>	26
<i>Modelo de Emprendimiento Potencial</i>	27
<i>Modelo de Gibb</i>	28
Crecimiento Económico.....	29
<i>Modelo de Solow</i>	29
<i>Teoría de los Polos de Desarrollo</i>	31
<i>Hexágono del Desarrollo Económico Local</i>	32
Cuadro de Resumen de Teorías.....	33
Marco Referencial.....	34
Marco Conceptual.....	39
Generalidades.....	39
Definición de Conceptos.....	39
<i>Emprendimiento</i>	39
<i>Tipos de Emprendimiento</i>	41
<i>Actividad Emprededora</i>	43
<i>Entorno Empresarial</i>	45
<i>Economía</i>	45
<i>Tasa de Actividad Emprededora</i>	47
<i>Valor Agregado Bruto</i>	47
<i>Comercio al por Menor</i>	47
<i>El Capital</i>	48
Dimensiones.....	48
<i>Desarrollo Económico</i>	48
CAPÍTULO III.....	50
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	50
Enfoque de Investigación.....	50
Tipo de Investigación.....	50
Determinación y Segmentación de la Población Objetivo.....	51
<i>Definición de la Población Objetivo</i>	51
<i>Delimitación del Marco Muestral</i>	52
<i>Población Objeto de Estudio</i>	52

	10
<i>Segmentación de la Población</i>	54
<i>Muestra</i>	55
<i>Cálculo de la Muestra para Poblaciones Finitas</i>	56
Determinación de Variables.....	57
Matriz de Variables	58
Herramientas de Investigación	58
Detalle del Procedimiento de Toma de Datos	59
CAPÍTULO IV	60
ANÁLISIS DE DATOS	60
Datos de la Encuesta	60
<i>Análisis Univariado</i>	60
Análisis Bivariado	73
Comprobación de la Hipótesis	81
CAPÍTULO V	85
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85
Conclusiones	85
Recomendaciones	86
Referencias.....	87
Anexos.....	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Principales actividades que aportan al Valor Agregado Bruto de Tungurahua</i>	18
Tabla 2 <i>Establecimientos económicos de Ambato según principales actividades</i>	22
Tabla 3 <i>Teorías de soporte</i>	33
Tabla 4 <i>Microempresas dedicadas al comercio al por menor año 2010</i>	53
Tabla 5 <i>Ubicación geográfica</i>	55
Tabla 6 <i>Operacionalización de variables</i>	58
Tabla 7 <i>Datos pregunta 1</i>	60
Tabla 8 <i>Datos pregunta 2</i>	61
Tabla 9 <i>Datos pregunta 3</i>	63
Tabla 10 <i>Datos pregunta 4</i>	64
Tabla 11 <i>Datos pregunta 5</i>	65
Tabla 12 <i>Datos pregunta 6</i>	67
Tabla 13 <i>Datos pregunta 7</i>	68
Tabla 14 <i>Datos pregunta 8</i>	69
Tabla 15 <i>Datos pregunta 9</i>	71
Tabla 16 <i>Datos pregunta 10</i>	72
Tabla 17 <i>Cruce de variables preguntas 1 y 3</i>	73
Tabla 18 <i>Cruce de variables preguntas 1 y 5</i>	74
Tabla 19 <i>Cruce de variables preguntas 2 y 7</i>	75
Tabla 20 <i>Cruce de variables preguntas 4 y 8</i>	76
Tabla 21 <i>Cruce de variables preguntas 5 y 9</i>	77
Tabla 22 <i>Cruce de variables preguntas 6 y 9</i>	78

	12
Tabla 23 <i>Cruce de variables preguntas 5 y 10</i>	79
Tabla 24 <i>Datos pregunta 5</i>	81
Tabla 25 <i>Datos pregunta 7</i>	82
Tabla 26 <i>Frecuencia observada</i>	82
Tabla 27 <i>Frecuencia esperada</i>	82
Tabla 28 <i>Cálculo de Chi-cuadrado</i>	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Modelo de Shapero</i>	26
Figura 2 <i>Modelo del Comportamiento Planeado</i>	27
Figura 3 <i>Modelo de Emprendimiento Potencial</i>	28
Figura 4 <i>Componentes básicos en el desarrollo de una nueva empresa</i>	29
Figura 5 <i>Hexágono del Desarrollo Económico Local</i>	32
Figura 6 <i>Pregunta 1</i>	60
Figura 7 <i>Pregunta 2</i>	62
Figura 8 <i>Pregunta 3</i>	63
Figura 9 <i>Pregunta 4</i>	64
Figura 10 <i>Pregunta 5</i>	66
Figura 11 <i>Pregunta 6</i>	67
Figura 12 <i>Pregunta 7</i>	68
Figura 13 <i>Pregunta 8</i>	70
Figura 14 <i>Pregunta 9</i>	71
Figura 15 <i>Pregunta 10</i>	72
Figura 16 <i>Análisis preguntas 1 y 3</i>	74
Figura 17 <i>Análisis preguntas 1 y 5</i>	75
Figura 18 <i>Análisis preguntas 2 y 7</i>	76
Figura 19 <i>Análisis preguntas 4 y 8</i>	77
Figura 20 <i>Análisis preguntas 5 y 9</i>	78
Figura 21 <i>Análisis Preguntas 6 y 9</i>	79

	14
Figura 22 <i>Análisis preguntas 5 y 10</i>	80
Figura 23 <i>Chi-cuadrado</i>	84

RESUMEN

En el cantón Ambato predominan las microempresas dedicadas al comercio, por lo que el sector comercial es considerado como el que más aporta a la economía local. Estos emprendimientos se han convertido en una nueva fuente de generación de empleo y de ingresos, logrando un impacto positivo en la economía local. El presente trabajo de investigación titulado “Influencia de emprendimiento del sector comercial al por menor en la economía de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato”, tiene como principal objetivo el analizar, de una manera técnica, las variables “actividad emprendedora” y “crecimiento económico” por medio del método científico. Para este fin, se realiza un análisis de los antecedentes de la actividad emprendedora, para luego exponer las teorías de soporte para el estudio. Se emplea una metodología de investigación no experimental con un diseño transversal y de tipo descriptivo. Se utiliza el muestreo probabilístico aleatorio simple. Posterior a esto se realiza la recopilación de datos de campo por medio de la aplicación de un cuestionario a los emprendedores, cuyos resultados se procesan para comprobar la hipótesis. Se realiza un cruce de variables para determinar cuál de las dos variables tiene mayor influencia, cumpliendo con los objetivos planteados y redactando las respectivas conclusiones y recomendaciones, en donde se comprueba que el emprendimiento del sector comercial al por menor sí influye dentro de la economía de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato.

PALABRAS CLAVE:

- **EMPRENDIMIENTO**
- **COMERCIO AL POR MENOR**
- **DESARROLLO ECONÓMICO**

ABSTRACT

In Ambato micro-enterprises dedicated to commerce prevail so the commercial sector is considered to be the one that contributes to the local economy. Those undertakings had become a source of job and income creation producing a positive impact on the local economy. This research work entitled “The influence of entrepreneurship of the retail commercial sector in the economy in the province of Tungurahua, in Ambato”. Its main objective is to analyze in a technical way the variables of the entrepreneurial activity and economic growth by using a scientific method aiming for an analysis of the background of the entrepreneurial activity. Later the theories that support this study will be explained. Once the methodology of the work is defined which is non-experimental with a cross-sectional design of descriptive type, the simple random probability sampling is used. Then, a data collection takes place with the application of a questionnaire for entrepreneurs which will be used to test the hypothesis. Moreover, the variable crosses are used to determine the one with greatest influence and finally it will serve to accomplish the stated objectives establishing conclusions and suggestions where the hypothesis that entrepreneurship in the retail trade influences the economy of Tungurahua province at Ambato can be tested.

KEY WORDS:

- **ENTREPRENEURSHIP**
- **RETAIL TRADE**
- **ECONOMIC DEVELOPMENT**

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

(Alcaraz, 2011) refiere que existen diferentes formas de definir el término emprendedor, pero que varios autores coinciden en que tal vocablo se deriva de la palabra **entrepreneur**, que a la vez se origina del verbo francés **entreprendre**, que significa “encargarse de”.

Los emprendedores, al desarrollar nuevos negocios para satisfacer las necesidades de la población, permiten incrementos de productividad y generan la mayor parte del empleo. Entonces, se genera más y mejor empleo que contribuye al incremento del valor agregado de la economía. (Zamora C. , 2018)

La evidencia empírica encontrada en países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) sobre la relación entre el emprendimiento y el crecimiento empresarial destaca que los países con mayores tasas de creación de empresas son los que tienen mayor crecimiento económico. Por lo tanto, de la calidad y cantidad de nuevas empresas dependerá el grado de madurez de la economía y el entorno macroeconómico en que estas se desenvuelvan, de esta forma el crecimiento de la economía podrá estimularse en función del desempeño empresarial (Zamora C. , 2018).

En el cantón Ambato la actividad comercial es la más relevante, según datos del Banco Central del Ecuador (BCE) en el año 2009 el sector comercial aportó con el 14,9% del Valor Agregado Bruto (VAB) de la provincia de Tungurahua, logrando incrementarse al 17% en el año 2013, lo que significa que en este periodo se ha logrado un crecimiento del sector comercial,

mostrando una evolución más estable en su participación en la economía nacional (Zamora & Coello, 2015).

Tema de Investigación

Influencia del emprendimiento del sector comercial al por menor en la economía de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato.

Planteamiento del Problema

En el informe del Banco Central del Ecuador (BCE) del año (2018), el indicador Valor Agregado Bruto (VAB) por actividad económica, el sector de comercio al por mayor y al por menor; y reparación de vehículos automotores y motocicletas, se encuentra en primer lugar aportando 415.215 USD, lo que significa un aporte del 14,5% del Valor Agregado Bruto (VAB) de la provincia de Tungurahua.

Tabla 1

Principales actividades que aportan al Valor Agregado Bruto de Tungurahua

Principales Actividades que aportan al Valor Agregado Bruto (VAB) de Tungurahua	
Descripción Actividad	Total
Comercio al por mayor y al por menor; y reparación de vehículos automotores y motocicletas	415.215
Construcción	312.930
Transporte y almacenamiento	270.864
Fabricación de productos textiles, prendas de vestir; fabricación de cuero y artículos de cuero	205.685
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	191.474
Enseñanza	190.620
Actividades inmobiliarias	154.070
Servicios sociales y de salud	149.046
Actividades de servicios financieros	143.832

Descripción Actividad	Total
Alojamiento y servicios de comida	138.458
Total	2.172.195

Nota: Recuperado de (Banco Central del Ecuador, 2018).

Según la investigación realizada por Durán (2016) en el cantón Ambato, predominan las microempresas dedicadas al comercio, la mayoría de estas microempresas no poseen planificación estratégica y financiera, además existe elevados índices de morosidad e insolvencia de los emprendedores, lo que provoca un limitado acceso al financiamiento en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1, que según el Art. 447 del Código Orgánico Monetario y Financiero son entidades con un nivel de activos superior a USD 80'000.000,00 (ochenta millones de dólares de los Estados Unidos de América), ubicadas en la ciudad de Ambato. Lo que afecta al desarrollo de los nuevos emprendimientos y el crecimiento socio-económico de la población.

Por estas razones la presente investigación realizará un análisis descriptivo sobre el aporte de los emprendedores a la economía del cantón Ambato. Por lo que sirve para continuar con el estudio del aporte del emprendimiento a la economía local abordado en trabajos anteriores, dando a conocer en mayor medida la relación entre las variables.

La utilidad metodológica del proyecto es que ayudará con información actualizada, con un enfoque cualitativo, que una vez realizado el análisis permitirá comprender la problemática actual del emprendimiento en Ambato y como aporta el sector del comercio al por menor a la economía local, finalmente aportar con recomendaciones que permitan mejorar el desempeño de las microempresas de comercio al por menor.

Objetivos

Objetivo General

- Analizar la influencia de los emprendimientos del sector comercial al por menor en la economía del cantón Ambato, mediante el análisis de los indicadores de crecimiento económico y emprendimiento.

Objetivos Específicos

- Describir la influencia del emprendimiento del sector del comercial al por menor en el crecimiento económico del cantón Ambato.
- Determinar el aporte del sector del comercial al por menor a la economía del cantón Ambato.
- Comparar los resultados obtenidos mediante la tabulación de datos y el cruce de variables.
- Formular conclusiones y recomendaciones en base a los resultados obtenidos.

Hipótesis

H0: El emprendimiento del sector comercial al por menor no influye en la economía de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato.

H1: El emprendimiento del sector comercial al por menor sí influye en la economía de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato.

Justificación

En el cantón Ambato el sector comercial es considerado como el que más aporta a la economía local, de acuerdo al último Censo Nacional Económico 2010 (Tabla 2), el sector

comercial al por menor tiene mayor presencia en el cantón, asimismo cada vez más se establecen nuevos emprendimientos, a pesar de los diferentes inconvenientes que existen para su puesta en funcionamiento.

Tabla 2

Establecimientos económicos de Ambato según principales actividades.

Actividad	Total, de ingresos anuales percibidos por ventas	Total, de personal ocupado	Total, de establecimientos
Comercio al por mayor y al por menor	54.71%	31.44%	54.11%
Industrias manufactureras	15.55%	18.89%	11.30%
Otras actividades de servicios	8.71%	4.7%	7.29%
Actividades financieras y de seguros	5.91%	2.41%	1.01%

Nota: Recuperado de (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011).

Es necesario realizar un análisis del aporte del sector comercial a la economía local, para de esta manera complementar los estudios referentes al tema realizados por otros investigadores. El motivo de selección del tema es conocer el desempeño del sector comercial en el cantón Ambato, debido a que es uno de los más representativos y el cantón se caracteriza porque sus habitantes son emprendedores.

Mediante el análisis se determinará la importancia del sector comercial para la economía de Ambato, comparando datos estadísticos e indicadores. Para tener un reporte actualizado y determinar si ha existido un avance o un retroceso en relación a las investigaciones anteriores.

Es conveniente realizar la investigación porque servirá para conocer la realidad actual del sector comercial en cuanto al aporte que realiza a la economía local, beneficiando con los resultados obtenidos a este importante sector de la sociedad y como referencia para futuros emprendedores e investigadores.

Por estas razones es necesario realizar la investigación sobre este destacado sector de la economía local de Ambato, de manera que la información que se obtenga podrá servir para establecer conclusiones que sirvan de aporte para estudios posteriores.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En este capítulo se presentan los conceptos y teorías referentes a la variable de estudio, producto de la búsqueda bibliográfica y consulta de bases de datos. Centrando el interés en las teorías de emprendimiento, financieras, e indicadores como el Valor Agregado Bruto (VAB) y la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), para el sustento del estudio desarrollado.

El VAB es una medida macro de la economía que calcula la dimensión valorada de un producto terminado restándole el valor de la materia prima con el que fue elaborado o los diferentes valores de los procesos de transformación intermedios, en síntesis, es el valor de salida del producto menos los valores de entrada.

La Tasa de Actividad Emprendedora es la variable que mide en si la actividad o actividades emprendedoras desde un inicio hasta que superan los tres años seis meses, que es cuando esta tasa deja de medir y se lo representa en modo de porcentaje poblacional, además de esto existen otros tipos de cálculos como los realizados por la GEM, que se proyectan en un intervalo de tiempo al calcular las mismas cifras, pero sólo anualmente. Estas dos formas de medición tienen como bases dos puntos de análisis en si el primero es la misma población y el segundo es las conclusiones realizadas por especialistas a través de estudios formales con rigor académico.

Al realizar los cálculos de estos valores se pueden seguir tres líneas de investigación, siendo estas los emprendedores locales e internacionales, los factores o variables determinantes en la actividad de los emprendedores o las políticas futuras que ayudaran a incentivar las mismas.

De este modo se puede realizar un estudio investigativo que aporte de manera significativa a la consecución de los emprendimientos que están ocurriendo en tiempo real y que en algún momento podrían llegar incluso a evolucionar a PYMES u otro tipo de negocio comercial más extenso.

Teorías de Soporte

Emprendimiento

El emprendimiento es cualquier actividad comercial o de negocio que nace de la necesidad de realizar alguna actividad laboral y parte de lo más básico y lo más empírico, al nacer de una idea propia pero se va desarrollando de tal forma que se estructura antes y durante y después de que se lo ejecute ya que algunos emprendimientos se transforman para convertirse en algún otro y es por eso también que se los considera como una fuente de desarrollo económico local, porque como lo establece el emprendimiento conduce a la mejora del bienestar de las población de una localidad, pero no sólo eso, sino que también promueve la creación de empresas de diversa naturaleza y formatos y alcances, siendo siempre un elemento dinamizador, de una verdadera transformación productiva tanto en la manufacturación como en otros tipos de producción más automatizados, estandarizándolos y optimizándolos. En algunos lugares las autoridades gubernamentales ven en los emprendedores, la fuerza comercial que genera trabajo de calidad, y la vía que proporciona el desarrollo y crecimiento comercial (Chong, 2017).

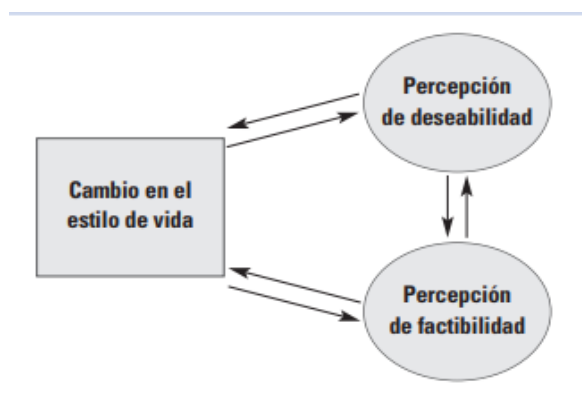
La relación entre las actividad de emprendiendo y el crecimiento económico es algo que se estudia mucho como un concepto fundamental para entender la problemática que se trata en la presente investigación y se la conoce como RAECE, como argumentos técnicos se lo considera un indicador que aparece en los resultados de los proyectos o en las estadísticas

económicas, es un proceso que aparece como una constante en el modelo GEM que busca de este concepto entender los factores de relación, establecer un procedimiento y posteriormente se lo descompone en partes y se lo interpreta en diferentes etapas económicas, dando como resultado un marco teórico completo para el estudio de las variables emprendiendo y crecimiento económico. (Almodóvar, 2016)

Modelo del Evento Empresarial

Shapero (como se citó en OBEST, 2016) plantea el “Modelo del Evento Empresarial” y sostiene que tanto el nacimiento de nuevos empresarios y la creación de una empresa resulta de las experiencias de emprendimiento que tiene un individuo, influenciadas por factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos. Sin que ello signifique que no se pueda llevar a cabo la realización de estos emprendimientos con la falta de algunos elementos o el escaso acceso a ellos, ya que es partiendo de una necesidad tanto individual como colectiva, que un individuo o un conjunto de ellos, da un primer paso y emprende llegando a ser este un proceso inicialmente empírico. Y que posteriormente integra elementos, técnicos, tecnológicos, prácticos, e incluso experimentales, partiendo de una planificación que se retroalimenta de su desarrollo y que abre campo a la expansión e incluso a emular modelos utilizados por otras empresas más grandes o su competencia en línea directa ya sea que tenga más tiempo en el mercado o que refleje resultados positivos de manera visible e innegable.

Todo esto da pie a que el emprendimiento sea una acción integral que parte de una idea pero para que se ejecute y perdure en el tiempo debe cubrirse con el elemento exterior que lo rodea y que los elementos humanos que intervienen también se encuentren en continuo estado de cambio y mejoramiento personal y social. (ver Figura 1)

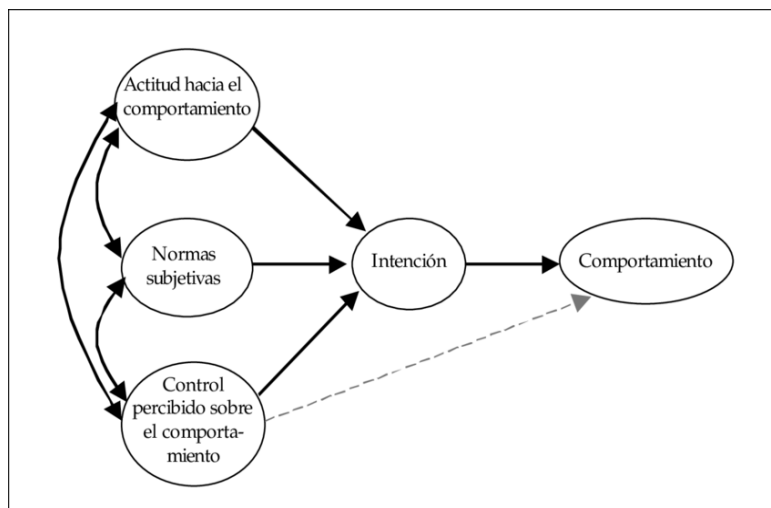
Figura 1*Modelo de Shapero*

Nota: Adaptado de (Varela, 2008)

Ponce, Flores y Arriaga (2014) refieren que el entorno social afecta la elección de la carrera empresarial, lo que significa que la intención de crear una nueva empresa se basa en los conocimientos de rentabilidad y viabilidad que tiene el emprendedor, las mismas que son producto del entorno cultural y social en que se desenvuelve, lo que determina las acciones o comportamientos a ser considerados y aplicados; entonces una buena actitud de la persona hacia el emprendimiento dependerá de factores externos como el cultural o el apoyo social y el conocimiento del entorno empresarial que tenga el sujeto.

Modelo de Comportamiento Planeado

En cambio Ajzen presenta el "Modelo de Comportamiento Planeado" con tres componentes importantes (ver Figura 2) que determinan el comportamiento del emprendedor: actitud, creencias y control de conducta, también plantea que éstos se manifiestan en el comportamiento en dos circunstancias, la primera por disponibilidad de recursos que le permite exteriorizarlo y la segunda por el nivel de autoconfianza para obtener la aceptación de la sociedad (Liñan, 2006).

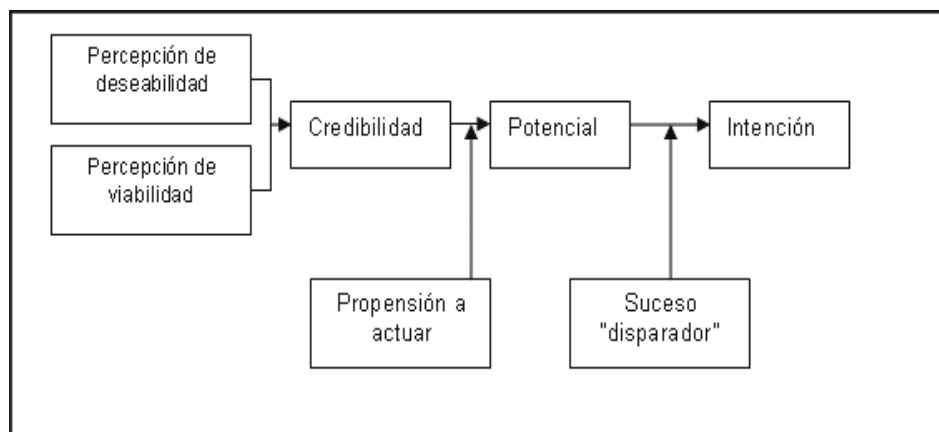
Figura 2*Modelo de comportamiento planeado*

Nota: Adaptado de (Liñan, 2006)

Este modelo es uno de los más utilizados por los investigadores para explicar el comportamiento individual, comprender los distintos tipos de intenciones y comportamientos que existen dentro de las culturas emprendedoras y en la decisión de crear una empresa. El modelo se considera como soporte para los modelos psicosociales, ya que las actitudes sociales nacen de la valoración y las expectativas de conducta de cada individuo (Almeida & Pires, 2018).

Modelo de Emprendimiento Potencial

Krueger y Brazeal realizan una combinación de los modelos de Shapero y Ajznen y crean el “Modelo de Emprendimiento Potencial” (ver Figura 3) porque consideran necesario que exista un suceso disparador para conseguir la intención emprendedora. Además afirman que cuando la intención es viable y factible genera credibilidad, ésta a su vez se impulsa con la disposición para actuar que tiene el emprendedor quien busca la oportunidad empresarial con objetividad y sin temor al riesgo de incertidumbre, es decir el suceso disparador que lo llevará a desarrollar su intención.

Figura 3*Modelo de emprendimiento potencial*

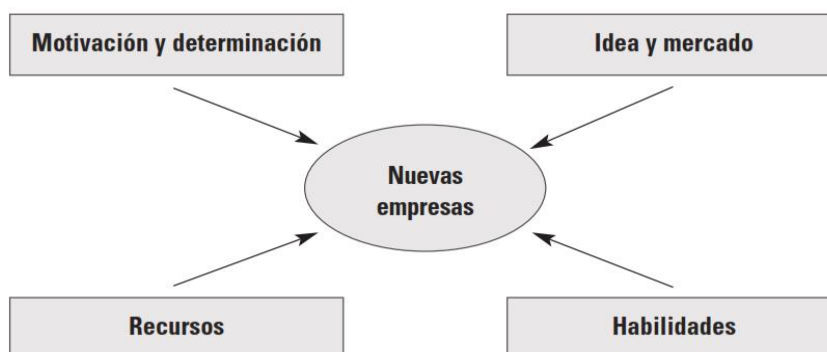
Nota: Adaptado de (Fuentes & Sanchez, 2010)

Modelo de Gibb

Gibb ha generado una corriente de desarrollo que tiene gran acogida en países en vías de desarrollo. Consta de 4 componentes (ver Figura 4) para el desarrollo de una empresa como son: componente “motivación y determinación”, se relaciona con todo el concepto de factores culturales y de entorno que apoyan o dificultan el proceso de inicio de una nueva empresa; componente “idea de mercado”, refleja la existencia y validez de una idea al cotejarla en el mercado de los clientes y la competencia; componente “recursos” hace referencia a la capacidad que tenga de integrar y asignar todos los recursos de todos los tipos, en el momento en que sean requeridos por la empresa; componente “habilidades” se conecta con el concepto de conocimientos, valores, aptitudes, actitudes, competencias que tanto el empresario como el equipo empresarial deben tener para poder llevar al éxito su iniciativa (Varela, 2008).

Figura 4

Componentes básicos en el desarrollo de una nueva empresa



Nota: Adaptado de (Varela, 2008)

Crecimiento Económico

Modelo de Solow

Solow trata de mostrar que la economía se predispone a una senda de crecimiento estable en donde el pleno empleo está asegurado por el funcionamiento del mercado, debido a que los precios y salarios son suficientemente flexibles a largo plazo, de forma que es posible que la relación capital producto se modifique a lo largo del tiempo.

El **supuesto sobre la función de producción** establece la relación entre el volumen de factores de producción que se utilizan en el conjunto de la economía y el Producto Interno Bruto (PIB) que se obtiene dada la tecnología disponible.

$$Y = F (K, L, A)$$

Donde:

K = Capital

L = Trabajo

A = Conocimientos técnicos alcanzados

La función de producción tiene las siguientes características:

- Rendimientos decrecientes para cada factor de producción por separado.
- Rendimientos constantes a escala. Si se duplica la cantidad de trabajo y de capital simultáneamente, la producción total también se multiplica por dos.
- Necesidad de utilizar una cantidad positiva de ambos factores de producción para obtener una producción positiva.
- Productividad marginal del capital nula cuando la relación capital trabajo tiende a infinito, y productividad marginal del capital infinita cuando la relación capital trabajo tiende a cero.

Supuestos sobre la variación en el tiempo de los factores de producción y al progreso técnico:

- El progreso técnico se produce a una tasa constante y exógena al modelo (γ).
- La población crece a una tasa constante y exógena (n). Este crecimiento de la población se identifica con el crecimiento de la oferta de trabajo.
- El ahorro total (S) y la inversión total (I) representan una proporción constante de la renta del período (s). El aumento total del capital (ΔK) se obtiene restando a esta tasa de inversión la depreciación o desgaste del capital, medido por δ :

$$S = I = s * Y$$

$$\Delta K = (s * Y) - (\delta * K)$$

Se supone implícitamente que la rentabilidad (productividad marginal) y el coste (tipo de interés) del stock de capital se modifican siempre hasta el punto en que la demanda de inversión es exactamente igual a la fracción de renta que se ahorra (Anónimo, 2020).

Almodóvar (2016) refiere que el factor capital y el factor trabajo no pueden crecer ilimitadamente, por lo que los rendimientos de estos factores al ser valorados individualmente son decrecientes, debido al carácter decreciente de los factores en el largo plazo se llega a un límite de crecimiento, alcanzando el estado estacionario de la economía. Sólo queda el cambio tecnológico para que la economía pueda crecer más allá del estado estacionario, pero de acuerdo al autor el cambio tecnológico no forma parte del modelo, es decir no se explica mediante la teoría económica, por lo tanto, la causa principal del crecimiento económico a largo plazo queda sin definir.

Teoría de los Polos de Desarrollo

La creación de una empresa en un espacio geográfico determinado causa efectos positivos y negativos, lo que afecta la calidad de vida y posibilidades de mejora de los habitantes; los centros urbanos dominantes poseen ventajas como: mayor dotación de recursos económicos de parte del Gobierno, infraestructura física, mejor capacidad productiva y tecnológica, importancia política, administrativa y comercial.

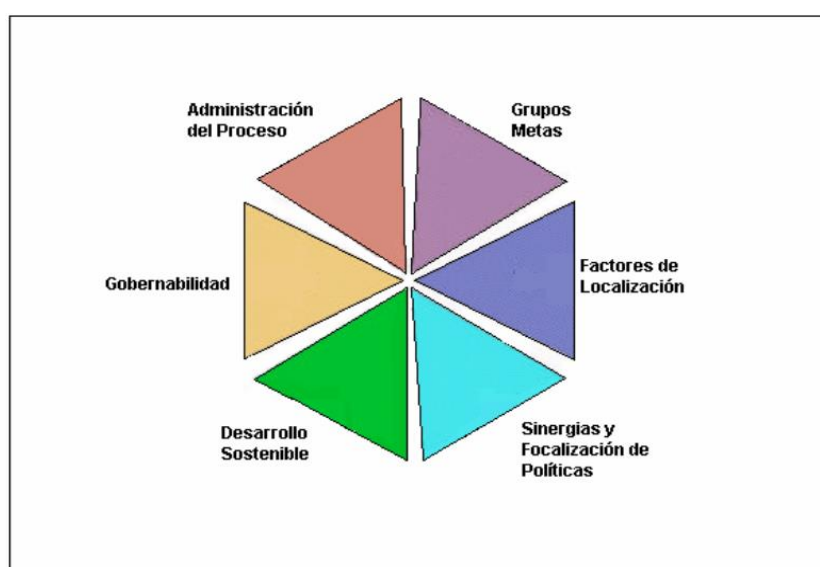
El valor de este modelo se basa en la conexión hacia adelante y hacia atrás, en donde la inversión es el factor más importante para el desarrollo del centro urbano principal y las áreas pobladas en las que tiene influencia, en donde no existan desequilibrios demasiado marcados. Todo el conjunto debe lograr competitividad aprovechando la tecnología, capital humano y tamaño de mercado, que le permita alcanzar la producción requerida no sólo para atender al mercado local, sino además generar excedentes que sean comercializados dentro y fuera de los límites nacionales (Alarcón & González, 2018).

Hexágono del Desarrollo Económico Local

Meyer y Stamer describen el esquema hexagonal del desarrollo económico que tiene sus bases en el concepto de competitividad regional. Los componentes se observan en la Figura 5.

Figura 5

Hexágono del Desarrollo Económico Local



Nota: Adaptado de (Tello, 2006)

Los triángulos que lo conforman son:

- Las agentes fuentes del crecimiento que fundamentalmente son las empresas localizadas en el área. Estos son los denominados Grupos Meta;
- Los factores de localización que atraen la inversión hacia las áreas locales;
- Las sinergias y políticas concentradas sobre: a) la promoción del empleo y la actividad económica; b) el alivio y reducción de situación de pobreza de la población; y c) el desarrollo comunitario y urbano;
- Los factores que determinan que el desarrollo sea sostenible ecológica y socialmente;

- La relación y cooperación entre el sector público y privado para el establecimiento de la gobernabilidad; y
- La administración del proceso de desarrollo (Tello, 2006).

Cuadro de Resumen de Teorías

Tabla 3

Teorías de soporte

Autor	Teoría	Resumen
Albert Shapero	Modelo del evento empresarial	Sostiene que el nacimiento de nuevos empresarios y la creación de una nueva empresa resulta de las experiencias de emprendimiento que tiene un individuo, influenciados por factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos.
Icek Ajzen	Modelo de comportamiento planeado	Plantea tres componentes importantes que determinan el comportamiento del emprendedor: actitud, creencias y control de conducta. El modelo se considera como soporte de los modelos psicosociales.
Krueger y Brazeal	Modelo de emprendimiento potencial	Considera necesario que exista un suceso disparador para conseguir la intención emprendedora, porque cuando la intención es viable y factible genera credibilidad e impulsa la disposición para actuar.
Alan Gibb	Modelo de Gibb	Consta de 4 componentes que son: Motivación de determinación; idea de mercado, recursos y habilidades, los mismos que son básicos para el desarrollo de una nueva empresa.
Robert Solow	Modelo de Solow	El crecimiento económico se produce principalmente por la acumulación constante de capital, si cada año se aumenta la maquinaria y las instalaciones disponibles para producir se obtendrán producciones cada vez mayores, logrando un aumento en la producción y por tanto un crecimiento económico notorio.

Autor	Teoría	Resumen
Alarcón y González	Teoría de los polos de desarrollo	Este modelo se basa en la conexión hacia adelante y hacia atrás, en donde la inversión es el factor más importante para el desarrollo del centro urbano principal y las áreas pobladas en las que tiene influencia, en donde no existan desequilibrios demasiado marcados. Todo el conjunto debe lograr competitividad aprovechando la tecnología, capital humano y tamaño de mercado.
Meyer y Stamer	Hexágono del desarrollo económico local	Conformado por: Empresas localizadas en el área; factores de localización; concordancias y políticas sobre promoción del empleo, alivio de la pobreza y desarrollo comunitario; factores de desarrollo sostenible económica y socialmente.

Nota: Resumen de las teorías de soporte para la investigación.

Marco Referencial

El International Center for Entrepreneurs in Barcelona (2018) refiere que los emprendedores latinoamericanos tienen que convivir en un contexto económico complicado, se calcula que en la actualidad una quinta parte de los 163 millones de jóvenes de la región se encuentran sin trabajo o labora en empleos informales. La formación constituye un factor importante para ayudar a impulsar el emprendimiento, por lo que se debe fortalecer los sistemas educativos en América Latina y la formación a lo largo de toda la vida. Se deben implementar programas formativos en base a los nuevos entornos tecnológicos y que combinen conocimientos teóricos y prácticos, todo esto para colaborar a los jóvenes que tienen una capacidad creativa y que necesitan completar una formación de estudios de calidad. Es fundamental promover una mejor formación, tanto para conseguir profesionales altamente cualificados como para fomentar el emprendimiento como vehículo para promover la empleabilidad. Además de los aspectos educativos existen otros ámbitos de actuación para

acelerar el emprendimiento latinoamericano. Uno de ellos es la consolidación de ambientes emprendedores que ejerzan de motores locales pero que tengan también una vocación internacional.

Según la Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Ecuador es el país latinoamericano con el mayor índice de creación de negocios de la región, en Ecuador el emprendimiento se orienta mayormente a las actividades de comercio y a productos vendidos en el mercado doméstico. Entre los factores que posibilitan la generación de actividades productivas están: la capacidad emprendedora de la sociedad, la educación, la apertura del mercado, las normas sociales y culturales. En cambio, factores como: las regulaciones del mercado de trabajo, la burocracia y la corrupción entorpecen el dinamismo del sector productivo (Zamora C. , 2018).

El estudio de los resultados del último reporte Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Ecuador al 2015 delimita factores primordiales para una correcta comprensión y enfoque prospectivo. Según este reporte el 35% de los emprendedores se sitúan en el área urbana, se observa un incremento en los emprendedores del área rural del 28% al 30%, la evolución del Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) en los últimos años denota un incremento de un punto y una disminución del 17.7% al 17.4% en la Tasa de Negocios Establecidos.

La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) por oportunidad corresponde al 68.8% y la TEA por necesidad al 30.6%, lo que según el análisis refleja un valor por debajo de economías de eficiencia el cual se mantiene en un 69.5%, lo que está un tanto por encima del promedio de la región 68.2%. Los datos reflejan claramente que el año 2015 la economía ecuatoriana con bajos precios del petróleo mantuvo altos los indicadores de la TEA en referencia a la región y a las economías basadas en eficiencia, pero esto no tiene mayor importancia debido a que los

emprendimientos motivados por necesidad crecieron vorazmente lo cual no es óptimo, hay que resaltar la falta de políticas, programas de gobierno, nivel de educación, práctica empresarial, (I+D), transferencia tecnológica y demás factores externos no fueron impulsados para la delimitación de oportunidades que consoliden escenarios con mayor fortaleza para el emprendimiento. Luego de analizar el caso ecuatoriano se determina que uno de los componentes que mayor afecta al emprendimiento de las pequeñas y medianas empresas es el apoyo financiero, debido a que no se encuentra diseñado para brindar un óptimo apalancamiento financiero, con tasa de interés elevadas, la existencia de políticas gubernamentales que mantienen barreras para la creación y consolidación de empresas, continuos cambios tributarios y otros aspectos más.

Dentro de los aspectos positivos que fomentan el emprendimiento en Ecuador están: la educación formal primaria, secundaria y de nivel superior enfocada en la administración y gestión empresarial superando la media de la región y a las economías de eficiencia; la existencia de vialidad, telecomunicaciones, normas sociales y culturales desarrollando la valoración personal y fortaleciendo la identidad ecuatoriana como punto referencial de desarrollo (Camino & Aguilar, 2017).

El Observatorio Económico y Social de Tungurahua (2016) refiere que Tungurahua cuenta con nueve cantones con un aporte variado a la economía provincial, dependiendo de los tipos de actividades dominantes en cada uno de ellos. Ambato, al ser la capital, posee el 78,35% de los negocios, comercios, industrias o servicios ofertados en la provincia. En segundo lugar, está el cantón Pelileo con 7,34%, seguido de Cevallos con 3,30%, por lo que el 11,01% se distribuye entre los 6 cantones restantes. Se enfatiza que los emprendedores de la provincia de Tungurahua tienen distintas motivaciones para iniciar su negocio, siendo tres las más

relevantes: completar el ingreso familiar; mantener un estatus laboral autónomo e independiente y por tradición familiar. Aproximadamente la mitad de los negocios en Tungurahua se dedican al comercio de acuerdo a la encuesta ECV 2014, de la misma muestra 115 negocios ofrecen servicios profesionales y en tercer lugar está el sector de la industria. En los 545 negocios investigados se registran 986 personas trabajando, de los que 440 son miembros del hogar y apenas 19 de ellos recibe sueldo por las actividades realizadas. Además, sólo el 17% (167) trabajadores están afiliados al seguro social y el 31% de los negocios son unipersonales y estas personas no están afiliadas al IESS.

Jiménez (2017) en su investigación titulada *“Ecosistema emprendedor y emprendimiento en la provincia de Tungurahua”* en donde se utilizó fuentes de información secundarias con indicadores como la Actividad Emprendedora Temprana, la Tasa de empresas nacientes y la Tasa de empresas de negocios. El periodo investigado es desde el año 2007 hasta diciembre de 2015, la información fue obtenida del portal del Servicio de Rentas Internas (SRI). Se analizó los sectores más importantes y de mayor aporte en la provincia de Tungurahua, luego del análisis refiere que los sectores con mayor crecimiento fueron el Sector Textil y el Sector de Fabricación de Calzado, debido a que los emprendedores perciben que estos sectores poseen mayor oportunidad y probabilidad de éxito. Como factores limitantes para el emprendimiento están los extensos procesos administrativos y los costos que conllevan. Según el estudio realizado la Provincia de Tungurahua ha crecido continuamente en el periodo analizado, pese a no existir facilidad de incentivos fiscales y de financiamiento, como sí se da en países desarrollados.

Por lo tanto, se abre una línea de investigación para analizar si se ha incrementado los emprendimientos en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato y como aportan a la economía local.

En la investigación con el tema “Alternativas de financiamiento para las Mipymes en el cantón Ambato” realizada por Durán (2016) refiere que en el cantón Ambato del total de empresas, el 92% son microempresas, además el sector al que más se dedican las empresas el comercio el que representa el 42%, luego está el sector servicios con el 40%, industrias manufactureras representa el 13%, agricultura, ganadería, silvicultura y pesca representa el 3%, construcción que representa el 2% y explotación de minas y canteras que representa el 1%. Por lo que se destaca que en la ciudad de Ambato existe un gran movimiento económico, en donde predominan las microempresas y el sector del comercio, razón por la cual este sector necesita financiamiento, el mismo que es de acceso limitado e incide en la estabilidad financiera de este sector. Para el desarrollo de la investigación se recopiló información sobre las líneas de crédito que presentan las diferentes instituciones financieras públicas y privadas y los requerimientos exigidos para acceder a estas alternativas. Luego de realizada la encuesta se determinó que las micro, pequeñas y medianas empresas tienen una rentabilidad baja a pesar que su patrimonio es mayor a sus obligaciones y de la alta inversión que realizan por lo que manifiestan que no les alcanza el dinero para cubrir sus deudas a corto plazo y tienen que solicitar financiamiento externo o por parte de acreedores para solventar sus deudas. Finalmente se destaca que para que las microempresas puedan acceder alguna alternativa de financiamiento formal, el gobierno debería implementar programas con el fin de fomentar la cultura financiera en este sector; de esta forma este tipo de empresas formalizarían sus actividades económicas y se contaría con documentación que respalde el desarrollo sus actividades; lo cual facilitaría el financiamiento para las microempresas por parte de instituciones públicas como privadas.

Marco Conceptual

Generalidades

El marco conceptual complementa al marco teórico debido a que establece la relación de conceptos desarrollados por una disciplina específica. Está conformado por las definiciones de algunos conceptos que permiten ubicar a la investigación en un campo específico, las mismas que hacen parte de una trama teórica, es decir, de un marco que las una y que establezca relaciones (Moreno, 2017).

Definición de Conceptos

Emprendimiento

El emprendimiento tiene su origen en el inicio de la humanidad, ya que el hombre se caracteriza por asumir riesgos con el objetivo de generar oportunidades de crecimiento económico que le pueda brindar una mejor calidad de vida tanto a él, como a su familia. La palabra emprendimiento es de origen francés **entrepreneur** que significa 'pionero'. No obstante, en el siglo XX el economista Joseph Schumpeter ubica al emprendedor como centro del sistema económico, mencionado que “la ganancia viene del cambio, y este es producido por el empresario innovador”. (Significados.com, 2019)

Actualmente los emprendimientos se encuentran clasificados por grupos como son:

tipos de emprendimiento (comprar, vender, producir); **tamaño del emprendimiento** (individual, pequeña empresa, corporativo, global); **tipos puntuales de negocio** (bodega, heladería, tienda, restaurante); **por su ámbito de acción** (social, tecnológico, empresarial) (Anónimo, 2020). Por lo que la presente investigación se enfoca en analizar los negocios de

comercio al por menor que se encuentran clasificados por el tamaño del emprendimiento, entre las que están:

Microempresa. Es aquella unidad productiva que tiene de 1 a 9 trabajadores e ingresos anuales iguales o menores a cien mil (USD 100.000,00) dólares de Estados Unidos de América.

Pequeña Empresa. Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor en ventas anual entre cien mil uno (USD 100.001, 00) y un millón (USD 1'000.000,00) dólares de Estados Unidos de América.

Mediana Empresa. Es aquella unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor en ventas anual entre un millón uno (USD 1'000.001, 00) y cinco millones (USD 5'000.000,00) dólares de Estados Unidos de América (Eguiguren, 2018).

“Un emprendedor es una persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios y en base a ello organiza una serie de recursos con el fin de darle inicio a un proyecto empresarial” (Sánchez, Emprendedor, 2019).

Burnett (como se citó en Formichella, 2004) expresa que el “entrepreneur” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. Destaca que el éxito del emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino también para toda la sociedad.

La principal contribución de los emprendedores, al desarrollar nuevos negocios que satisfagan las necesidades de la población, es que se logra mejorar la productividad y el empleo, ayudando al incremento del valor agregado de la economía. Que los emprendimientos generados sean de buena calidad depende de un sistema que integra aspectos personales de los individuos, condiciones del mercado, facilidad de acceso a los recursos financieros e información, y la intervención del Estado mediante programas y proyectos públicos que

favorezcan la creación de ambientes de negocios idóneos para que los emprendedores realicen sus iniciativas y obtengan beneficios.

Stacey (como se citó en Alcaraz, 2011) agrega otro elemento interesante en el perfil del emprendedor, relacionado con la aceptación del riesgo: la capacidad para aprender de los errores o fracasos. Señala que el emprendedor es una persona capaz de levantarse de sus caídas, con una nueva perspectiva de las cosas y un aprendizaje que le permitirá mejorar su desempeño (con perseverancia para el logro de sus metas y objetivos).

De acuerdo a estos conceptos se entiende que emprendedor es una persona con la capacidad de descubrir una oportunidad de negocio que satisfaga una necesidad de la población, logrando mejorar la producción y el empleo, ayudando al incremento del valor agregado a la economía.

Tipos de Emprendimiento

La oficina de medición del emprendimiento para América Latina y el Caribe Global Entrepreneurship Monitor (2013) señala “que el emprendimiento puede clasificarse de la siguiente manera:

- Emprendimiento Dinámico
- Emprendimiento por oportunidad
- Emprendimiento por subsistencia”.

Emprendimiento Dinámico. Este tipo de emprendimiento se da cuando existen las condiciones políticas necesarias para realizar las inversiones y los proyectos, los cuáles les han permitido alcanzar en corto tiempo la maximización de utilidades y ventas superiores a los USD 100.000 dólares. Se inspira en el concepto de empresas gacela, es decir, las firmas jóvenes que

alcanzan importantes niveles de crecimiento en pocos años. Este concepto se le adjudica a David Birch, quien en los años 80 descubrió que el grueso de los nuevos puestos de trabajo en EE. UU se generaba en empresas jóvenes y pequeñas que crecían rápidamente. Si bien existe un consenso acerca de las características que definen a estas empresas gacela, todavía no hay coincidencia acerca de cómo cuantificarlas.

Son proyectos innovadores que están en capacidad de crecer de manera rentable, rápida y sostenible en el tiempo, es decir, que tienen alto potencial de crecimiento que puede deberse a la calidad de su equipo emprendedor, la mejora de una buena idea existente, o porque interviene en nichos de oportunidades no cubiertos.

Los emprendimientos dinámicos no están necesariamente basados en conocimiento sofisticado, además generan alto valor agregado y pueden diferenciarse de otros porque tienen un modelo de negocio, producto o servicio innovador que les da una ventaja competitiva – puede ser tecnológica o no – para convertirse en una mediana empresa. Este tipo de negocios están en condiciones de reinvertir y de registrar un nivel de ventas significativo en una década, además crecen por encima de la media de su sector

Emprendimiento por Oportunidad. La oficina de medición del emprendimiento para América Latina y el Caribe; Global Entrepreneurship Monitor (2013) define a los emprendimientos por oportunidad como: “aquellos emprendimientos que nacen de las oportunidades existentes en los diferentes mercados”. Este tipo de emprendimiento es el conocido como emprendimiento óptimo debido a que el mismo nace de un proceso de identificación de necesidades insatisfechas en los mercados objetivos, los cuales permiten al

emprendedor identificarlos y aprovechar la oportunidad de suplir esas necesidades, tienen alto potencial de crecimiento, y de convertirse en emprendimientos exitosos.

Emprendimiento por Subsistencia. Este tipo de emprendimiento depende de factores socioeconómicos adversos, como son los altos índices de desempleo y de sub empleo; los cuales generan emprendimiento informal lo que deviene en un riesgo mayor, y en la mayor parte de los casos no sustentan el emprendimiento. La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, por sus siglas en inglés), la Corporación Andina de Fomento (CAF) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) definen al emprendimiento por subsistencia como: aquellos individuos que se implican en actividades emprendedoras, pero preferirían ser empleados asalariados más que dueños de empresa, en este marco, los empresarios de subsistencia, abarcan una serie de trabajadores por cuenta propia, pero también pequeñas estructuras de negocios familiares.

Actividad Emprededora

Al ser esta investigación una enfocada a la actividad emprendedora comercial al por menor tratará los tipos de emprendimientos de desde el punto de vista empresarial por que se hará un análisis de los tres tipos de negocios más cercanos a esta actividad que son los emprendimientos en la etapa de función de empresa, las PYMES, y los negocios familiares.

Para entender la función de empresa son aquellos negocios que se encuentran en etapa de creación de empresa, y el término es utilizado como referencia a un plan o programa pequeño de planificación que se está utilizando para lograrlo, esto puede suceden en empresas que ya existen y están implementando algún negocio con un nuevo proyecto más allá de lo que ya han establecido con anterioridad.

Las pequeñas empresas o PYMES, que ya tienen desarrollada una estructura organizacional por muy pequeña que sea, se considera que su verdadera importancia está en dirección al crecimiento. Y las empresas familiares finalmente, son aquellas cuyas características y problemas a resolver son específicos y es lo que va a servir para el estudio de este tipo de emprendimiento.

La actividad emprendedora o la iniciativa de emprendimiento, son los diferentes tipos de negocios liderados por una persona que es el emprendedor quien ha gestionado el tipo de negocio y permite que esta cumpla con la normal consecución de sus actividades. Y que es la persona que asume el riesgo asociado a la incertidumbre, el proveedor del capital financiero, un innovador, un tomador de decisiones, un líder industrial, un administrador, un organizador de los recursos económicos, el propietario de la empresa, un empleador de los factores de producción, un contratista, un árbitro, un asignador de recursos para usos alternativos. En definitiva, es la persona que da cuenta de la puesta en marcha de un nuevo negocio.

El emprendedor es el agente que considera que el rendimiento de su negocio, es su compensación y soporta el riesgo no calculable. Haciendo que este agente sea considerado como innovador, la figura más prominente en la literatura del espíritu y es el encargado de hacer un espacio con su idea de negocio en un mercado que puede estar ya consolidado y crea incluso inestabilidades o desequilibrio en su propio negocio para lograr de alguna manera superar las limitaciones del negocio, es el emprendedor el que fomenta la economía.

Otra forma de ver el emprendimiento es que es el tipo de negocio donde el capital y la voluntad se unen de forma manifiesta en los individuos, por su propia cuenta o en forma de equipos donde están para que una organización exista.

Entorno Empresarial

El entorno que facilita el surgimiento de empresas y proyectos tiene que ver con un conjunto de variables y elementos que influyen favorablemente en el surgimiento y desarrollo de los emprendimientos en un determinado lugar. Tiene los siguientes componentes:

- Incubadoras
- El sistema financiero
- El Estado
- Proyectos de Asociación Público-Privada con el Estado.
- Instituciones involucradas en el tema del emprendimiento
- Grupos de inversores que impulsan nuevos negocios.
- Inversiones a través de acciones para financiar empresas de pequeño o mediano tamaño.
- Empresas privadas. (PQS, 2019)

“Un entorno empresarial se refiere al lugar en donde los nuevos negocios pueden crear conexiones valiosas con otras empresas, instituciones o inversionistas para desarrollar ideas innovadoras que se puedan capitalizar” (Forero, 2019).

De estos conceptos se entiende que el contexto en donde se establecen los nuevos emprendimientos tiene un papel importante para garantizar el éxito de los nuevos negocios mediante la creación de conexiones valiosas entre los diferentes integrantes del entorno empresarial.

Economía

“La economía estudia cómo las sociedades administran unos recursos escasos para producir bienes y servicios y distribuirlos entre los distintos individuos” (Mochón, 2006).

“Ciencia que estudia las relaciones de intercambio entre las personas teniendo en cuenta la producción, precios, renta, etc. y los efectos que tienen sus variaciones sobre el comportamiento individual y colectivo” (Fernandez, s.f.).

En la presente investigación se da énfasis al desarrollo económico local el cual se define como “un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a elevar el bienestar de la población de una localidad o una región” (Vázquez A. , 2016, pág. 1). La ciudad de Ambato posee gran potencial comercial, por lo que la creación de nuevos emprendimientos en este sector utilizando los recursos disponibles e innovando con el fin de favorecer la competitividad de las empresas locales beneficia al crecimiento económico.

Sistemas Económicos Inclusivos. Al hablar de sistemas económicos inclusivos y solidarios es necesario considerar que éstos se fundamentan en un conjunto de principios, valores y procesos económicos que trascienden la lógica de la economía de mercado y que privilegian el bienestar del ser humano y su armonía con la naturaleza antes que la sola rentabilidad económica y financiera. Los principios y valores que orientan y permean todas las acciones que tienen lugar al interior de estos sistemas son la solidaridad, el bien común, la equidad, la ayuda mutua, la soberanía, la confianza, la transparencia, la justicia, la autonomía, la autogestión, entre otros.

Microeconomía. La microeconomía estudia el funcionamiento global de una economía como un todo, sin hacer hincapié en el comportamiento específico de distintos sectores o agentes en cada mercado por separado. La microeconomía se ocupa del análisis del

comportamiento individual de los agentes (empresas productoras, consumidores) y su interacción en mercados particulares.

Tasa de Actividad Emprendedora

“La Tasa de Actividad Emprendedora, o TEA por sus siglas en inglés (Total early-stage Entrepreneurial Activity), es aquella que mide todas las iniciativas emprendedoras de menos de tres años y medio que existen en un mercado” (Vázquez R. , s.f.).

Valor Agregado Bruto

El Valor Agregado Bruto, conocido por sus siglas VAB, es una magnitud macroeconómica que mide el valor total creado por un sector, país o región. Esto es, el valor del conjunto de bienes y servicios que se producen en un país durante un periodo de tiempo, descontando los impuestos indirectos y los consumos intermedios. (López J. , s.f.)

Comercio al por Menor

Partiendo de la definición de comercio que “consiste en el intercambio de bienes y servicios entre varias partes a cambio de bienes y servicios diferentes de igual valor, o a cambio de dinero” (Sevilla, 2015). Luego el comercio al por menor “es la actividad final de la cadena de distribución. Consiste en la venta de bienes y servicios directamente a consumidores finales” (Páez, s.f.). A partir de estas definiciones se entiende que el comercio al por menor constituye el final de la cadena de distribución de bienes y servicios.

El Capital

El Capital financiero es una parte importante del emprendimiento ya que este se pueden realizar algunas de las acciones más fundamentales del emprendimiento y es con el cual se financia el proyecto, y este se diferencia del capital humano porque este no tiene un valor monetario en sí mismo sin el otro, ya que es la persona o el grupo de personas que forman el equipo pero que una vez que se realizan sus acciones estas se traducen en productos o servicios y al comercializarlos en capital financiero. El cual se puede cuantificar, además existe otro tipo de capital que es capital social que aquel monto con el que colaboran los socios que puede ser una oportunidad para acrecentar más el capital inicial (Cantos, 2015).

Dimensiones

Desarrollo Económico

Crecimiento económico es el cambio continuo de la producción agregada a través del tiempo. Desarrollo económico es el aumento persistente del bienestar de una población. Sin crecimiento económico no hay desarrollo económico y viceversa (Arroba, 2017).

El desarrollo económico puede definirse genéricamente como crecimiento sostenible desde tres puntos de vista: económico, social y medioambiental. Tal crecimiento cualificado tiene diversas implicaciones:

En la dimensión cuantitativa: el desarrollo implica un aumento cuantitativo de los flujos de producto-renta-gasto por habitante. La dimensión relativa: la medición del desarrollo de un país tiene en cuenta su población y el nivel alcanzado por otros países. La dimensión dinámica: el desarrollo no es sólo un estado (situación), sino principalmente un proceso.

La dimensión temporal: el desarrollo es un proceso autosostenido, que no sólo hace posible el dinamismo presente, sino también su continuidad en el futuro. La dimensión social: el desarrollo es un crecimiento solidario (solidaridad no sólo generacional, sino también intergeneracional). La dimensión medioambiental: el desarrollo es un crecimiento sostenible desde el punto de vista de los recursos naturales y el equilibrio medioambiental

La obtención de datos para ser analizados en la presente investigación se realizará en documentos como boletines e informes relacionados con el tema de estudio, consulta en sitios web como el Servicio de Rentas Internas (SRI), Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Banco Central del Ecuador (BCE), Observatorio Económico y Social de Tungurahua (OBEST) y Repositorios de Universidades.

Por la profundidad la investigación es descriptiva, ya que se expone las tendencias de los emprendedores de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato. También las motivaciones para emprender, factores que ayudan al emprendimiento y factores que impiden que las personas decidan establecer nuevos negocios.

Por el nivel de análisis de la información la investigación es cualitativa porque recoge información basada en la observación del comportamiento de los emprendedores de diferentes negocios y su aporte a la economía local, mediante recursos como entrevistas, conversaciones y registros que luego serán interpretados y se establecerán las conclusiones.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Enfoque de Investigación

Enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. Los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Los datos cualitativos son descripciones detalladas, de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones. (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2014, págs. 7-9)

Por lo tanto, el presente trabajo tiene un enfoque mixto, ya que utiliza el análisis de información sobre el aporte de los emprendedores a la economía de la provincia de Tungurahua. La información se encuentra en sitios web como SRI, INEC, Repositorios de universidades y entidades dedicadas a medir el desempeño del emprendimiento en la provincia. Además, se realizará una encuesta a los comerciantes del sector de comercio al por menor en Ambato.

Tipo de Investigación

“Investigación no experimental: Se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir, sin que el investigador altere el objeto de investigación” (INTEP, s.f.).

La investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee el control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables. Se hacen

inferencias sobre las relaciones entre las variables, sin intervención directa, de la variación concomitante de las variables independiente y dependiente. (Kerlinger & Lee, 2002, pág. 504)

El diseño transversal o transeccional es un tipo de investigación no experimental que se utiliza para observar y registrar los datos en un momento específico y único. De esta forma, el análisis realizado se enfoca en los efectos de un fenómeno que ocurre en algún momento particular. El diseño transversal permite estudiar diversos grupos de individuos, objetos o fenómenos. Este diseño se subdivide en: exploratorios, descriptivos y causales. La investigación no experimental de tipo descriptivo tiene como objetivo investigar las incidencias y sus valores, en los que aparecen una o más variables. Una vez obtenidos los datos, simplemente se realiza una descripción de los mismos (Montano, 2019).

De acuerdo a las definiciones anteriores el presente trabajo es no experimental, con un diseño transversal de tipo descriptivo, porque no manipula variables, sólo se realiza el análisis de datos históricos y datos obtenidos mediante una encuesta sobre el aporte del emprendimiento a la economía de la provincia de Tungurahua. Para finalmente realizar una descripción de los datos obtenidos y su incidencia en las variables de estudio.

Determinación y Segmentación de la Población Objetivo

Definición de la Población Objetivo

Elementos:

La información para la encuesta se la solicitará a los dueños de negocios dedicados al comercio al por menor.

Unidades:

El lugar en donde se encuentra el elemento a ser entrevistado es su negocio.

Alcance:

La cobertura del estudio es el cantón Ambato de la provincia de Tungurahua.

Tiempo:

El estudio se va a realizar desde el 1 al 31 de julio de 2020

Delimitación del Marco Muestral

Un marco muestral es una lista de todos los elementos que componen el universo que queremos estudiar y de la cual se extrae la muestra. Estos elementos a investigar pueden ser individuos, pero también pueden ser hogares, instituciones o cualquier otra cosa susceptible de ser investigada. Cada uno de estos elementos presentes en el marco muestral se conoce como unidades muestrales. (Ochoa, 2015)

Para la presente investigación se toma como referencia los datos de la provincia de Tungurahua sobre el Censo Nacional Económico 2010 (ver anexo A) proporcionados por la oficina de Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) del cantón Ambato, en donde se encuentra registrado el número de establecimientos dedicados al comercio al por menor.

Población Objeto de Estudio

“Población es el conjunto sobre el que estamos interesados en obtener conclusiones y acerca de la cual queremos hacer inferencias. Normalmente es demasiado grande para poder abarcarlo” (Danel, 2015). Población finita “Es aquella en la que el número de valores que la componen tiene un fin” (López J. , s.f.)

Se realizó un análisis del anexo A para seleccionar las actividades con mayor presencia en el cantón Ambato y con una actividad principal definida que pueda ser identificada correctamente al momento de realizar la encuesta. Por lo tanto, el listado que será considerado como población finita objeto de estudio es el siguiente:

Tabla 4

Microempresas dedicadas al comercio al por menor año 2010

Microempresa	Cantidad
Venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco.	2.187
Venta al por menor de alimentos en comercios especializados.	443
Venta al por menor de bebidas en comercios especializados.	162
Venta al por menor de tabaco en comercios especializados.	1
Venta al por menor de computadores, equipo periférico, programas informáticos y equipo de telecomunicaciones en comercio	116
Venta al por menor de equipo de sonido y vídeo en comercios especializados.	8
Venta al por menor de productos textiles en comercios especializados.	78
Venta al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en comercios especializados.	360
Venta al por menor de tapices, alfombras y cubrimientos para paredes y pisos en comercios especializados.	9
Venta al por menor de aparatos eléctricos de uso doméstico, muebles, equipo de iluminación y otros enseres domésticos	266
Venta al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería en comercios especializados.	248
Venta al por menor de grabaciones de música y de vídeo en comercios especializados.	99
Venta al por menor de equipo de deporte en comercios especializados.	14
Venta al por menor de juegos y juguetes en comercios especializados.	21

Microempresa	Cantidad
Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados.	1.157
Venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en comercios especializados	294
Venta al por menor de otros productos nuevos en comercios especializados.	337
Venta al por menor de artículos de segunda mano en comercios especializados.	77
Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos de venta y mercados.	769
Venta al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y mercados.	796
Venta al por menor de otros productos en puestos de venta y mercados.	307
Venta al por menor por correo y por internet.	7
Total	7.756

Nota: Recuperado de (INEC, 2010).

En el presente trabajo se toma como población 7.756 microempresas, que, según el reglamento del Código de la producción, se considera microempresas aquellos negocios con ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores a USD 300.000, activas al año 2010 del sector comercio al por menor, en el cantón Ambato, para determinar su impacto en la economía local.

Segmentación de la Población

Se realizó de acuerdo a la ubicación geográfica, es decir el lugar donde se encuentran ubicados los emprendimientos a ser estudiados, el mismo que sea de fácil acceso, quedando segmentado de la siguiente forma:

Tabla 5*Ubicación geográfica*

País:	Ecuador
Región:	Sierra
Provincia:	Tungurahua
Cantón:	Ambato
Clima:	Frío
Área:	<ul style="list-style-type: none">• Urbana• Suburbana

Nota: Segmentación de la población

Muestra

“Es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta” (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2014).

En general se entiende por muestreo estadístico a todo procedimiento de selección de individuos, procedentes de una población objetivo, que asegure, a todo individuo componente de dicha población, una probabilidad conocida, de ser seleccionado; esto es de formar parte de la muestra que será sometida a estudio. (Rodríguez, 2005)

Somer y Somer como se citó en (Cruz, Olivares, & Gonzalez, 2014) afirman que el muestreo probabilístico también es conocido como representativo y / o aleatorio, y consiste en que todos los individuos de la población que se estudia tienen la misma probabilidad de ser seleccionados, por lo que se debe tener acceso a todos los miembros involucrados, es decir, saber cuántos individuos hay y cómo entablar contacto con ellos.

El muestreo probabilístico aleatorio simple “Es uno de los más sencillos de aplicar, se caracteriza porque cada unidad que compone la población tiene la misma posibilidad de ser seleccionado. Este método también se lo conoce como sorteo, rifa o la tómbola” (López P. , 2004).

De acuerdo a estas definiciones la presente investigación utilizará el muestreo probabilístico, en vista de que se dispone de un marco muestral como son los datos del Censo Nacional Económico 2010 del cantón Ambato. Además, como parte del muestreo probabilístico se utilizará el método aleatorio simple porque todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionados.

Cálculo de la Muestra para Poblaciones Finitas

Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar la fórmula es:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(e^2 * (N - 1)) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N = Total de la población

Z = Constante que depende del nivel de confianza (en este caso 95% = 1.96)

p = Proporción de individuos que poseen la característica de estudio. (0,05)

q = Proporción de individuos que no poseen la característica de estudio. (1-p)

e = Precisión (en este caso un 6%)

Por lo que el tamaño de la muestra para el presente trabajo es:

$$n = \frac{7.756 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{(0,06^2 * (7.756 - 1)) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50} = 257,93$$

Entonces el tamaño de la muestra para la presente investigación es de 257 establecimientos de comercio al por menor del cantón Ambato.

Determinación de Variables

Una variable es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. De esta forma se entiende como cualquier característica, propiedad o cualidad que presenta un fenómeno que varía y que puede ser medido y evaluado (Moreno, 2013).

La variable independiente es toda aquella variable que se pone a prueba a nivel experimental, siendo manipulada por los investigadores con el fin de probar una hipótesis. Se trata de una propiedad, cualidad, característica o aptitud con poder que afecta al resto de variables, por lo que los distintos valores de esta variable son fundamentales para diseñar e interpretar los resultados del experimento. La variable dependiente es aquella cualidad o característica cuyo comportamiento se ve afectado por la variable independiente. Se trata de la o las variables que se mide con el fin de poder interpretar los resultados. En otras palabras, es lo que se está observando para ver si cambia, o como cambia, si se dan ciertas condiciones (Castillero, s.f.).

A continuación, se detalla las variables dependiente e independiente y covariables que se han establecido para la presente investigación:

Variable Dependiente: Crecimiento económico en Ambato

Variable Independiente: Actividad emprendedora

Covariables: Financiamiento, Empleo

Matriz de Variables

Tabla 6

Operacionalización de las variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Actividad emprendedora	Es la actividad económica que inicia un individuo o un grupo en el sector formal bajo la forma jurídica de empresa (Almodóvar, 2016, pág. 56).	Diagnóstico a los emprendimientos	Aspecto financiero	Cuestionario encuesta
Crecimiento económico local	Se entiende como la evolución positiva de los estándares de vida de un territorio, medidos en términos de capacidad productiva de su economía y de su renta dentro de un periodo de tiempo concreto (Sánchez, 2019) .	Crecimiento de la economía	Ingresos locales Generación de empleo formal	Cuestionario encuesta Cuestionario encuesta

Nota: Variable independiente y dependiente.

Herramientas de Investigación

Las herramientas seleccionadas para la recolección y análisis en el proceso de obtención de la información y datos de la presente investigación son:

Bibliografía. Como libros, tesis y estudios realizados sobre el tema de investigación.

El estudio se realizará basado en los registros del SRI e INEC, en donde se presenta estadísticas del total de unidades económicas con algún tipo de actividad reportada y el empleo que generan, desde una perspectiva territorial y sectorial.

Cuestionario. Es un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir y debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2014).

Para la presente investigación se realizó un cuestionario con 10 preguntas (ver anexo B) que fue aplicada considerando el muestreo aleatorio simple a los propietarios de comercios al por menor del cantón Ambato.

Detalle del Procedimiento de Toma de Datos

Para la toma de datos se realizó el siguiente procedimiento:

1. Selección de la muestra mediante muestreo aleatorio simple
2. Se aplicó la encuesta a 257 establecimientos de comercio al por menor del cantón Ambato.
3. Se graficaron y tabularon los resultados utilizando Excel.
4. Se realizó un análisis de los resultados para establecer el aporte del sector comercial al por menor a la economía del cantón Ambato.
5. Se realizó el cruce de variables de las diferentes preguntas mediante el programa Excel.
6. Se realizó la comprobación de la hipótesis mediante la prueba de Chi-cuadrado.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE DATOS

Datos de la Encuesta

Análisis Univariado

1. ¿Al iniciar su emprendimiento, pensó en las necesidades de mercado de las personas?

Tabla 7

Datos pregunta 1

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	211	82%
No	46	18%
Total	257	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 6

Pregunta 1



Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Análisis

Al preguntar a los encuestados si al iniciar su emprendimiento, pensó en las necesidades de mercado de las personas (ver Figura 6), 211 personas correspondientes al 82%, respondieron que sí en tanto que 46 correspondientes al 18% personas respondieron que no.

Interpretación

La gran mayoría de las personas encuestadas está de acuerdo con que, al iniciar su emprendimiento, pensó en las necesidades de mercado de las personas, en tanto que una minoría respondió que no pensó en las necesidades de las personas a iniciar su emprendimiento, esto indica que las necesidades de los usuarios son un aspecto importante para los emprendimientos.

2. ¿Desde que inició su emprendimiento, considera usted que es más productivo?

Tabla 8

Datos pregunta 2

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	232	90%
No	25	10%
Total	257	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 7*Pregunta 2*

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Análisis

Al preguntar a los encuestados si desde que inició su emprendimiento, considera usted que es más productivo (ver Figura 7), 233 personas correspondientes al 90%, respondieron que si en tanto que 25 correspondientes al 10% personas respondieron que no.

Interpretación

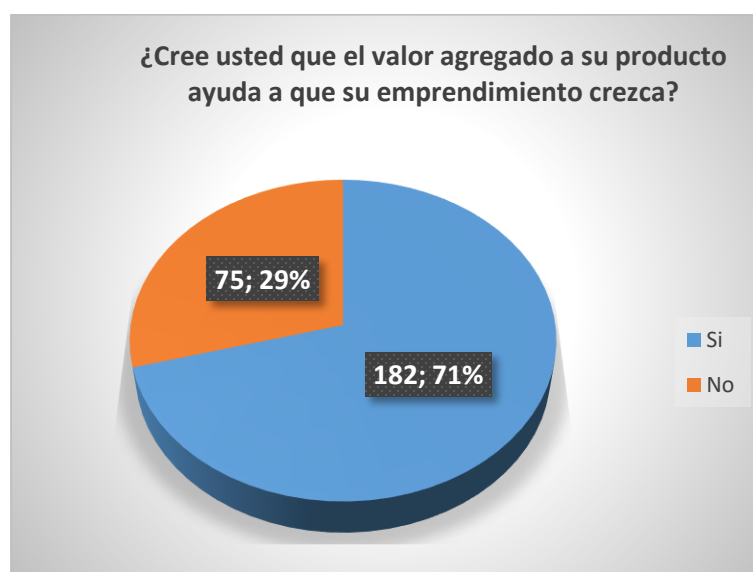
La gran mayoría de las personas encuestadas está de acuerdo con que, desde que iniciaron su emprendimiento, son más productivos, en tanto que una minoría respondió que no, esto indica que la productividad es un aspecto importante para los emprendimientos y que si existe un cambio en la matriz productiva por cada nuevo emprendimiento.

- 3. ¿Cree usted que el valor agregado a su producto ayuda a que su emprendimiento crezca?**

Tabla 9*Datos pregunta 3*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	182	71%
No	75	29%
Total	257	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 8*Pregunta 3*

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Análisis

Al preguntar a los encuestados si cree usted que el valor agregado a su producto ayuda a que su emprendimiento crezca (ver Figura 8), 182 personas correspondientes al 71%, respondieron que sí en tanto que 75 correspondientes al 29% personas respondieron que no.

Interpretación

La mayoría de las personas encuestadas está de acuerdo con que el valor agregado a su producto ayuda a que su emprendimiento crezca, en tanto que una minoría respondió que no, esto indica que el valor agregado es un recurso importante para el crecimiento de los emprendimientos.

4. ¿Considera que el ahorro y la inversión, han hecho que el capital de su negocio se incremente?

Tabla 10

Datos pregunta 4

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	247	96%
No	10	4%
Total	257	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 9

Pregunta 4



Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Análisis

Al preguntar a los encuestados si considera que el ahorro y la inversión, han hecho que el capital de su negocio se incremente (ver Figura 9), 247 personas correspondientes al 96%, respondieron que si en tanto que 10 correspondientes al 4% personas respondieron que no.

Interpretación

La mayoría de las personas encuestadas considera que el ahorro y la inversión, han hecho que el capital de su negocio se incremente, en tanto que una minoría respondió que no, esto indica que el ahorro y la inversión son aspectos importantes para los emprendimientos.

5. ¿Considera usted que su emprendimiento de comercio, ayuda a activar la economía en Ambato?

Tabla 11

Datos pregunta 5

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	238	93%
No	19	7%
Total	257	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 10*Pregunta 5*

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Análisis

Al preguntar a los encuestados si considera usted que su emprendimiento de comercio, ayuda a activar la economía en Ambato (ver Figura 10), 238 personas correspondientes al 93%, respondieron que si en tanto que 19 correspondientes al 7% personas respondieron que no.

Interpretación

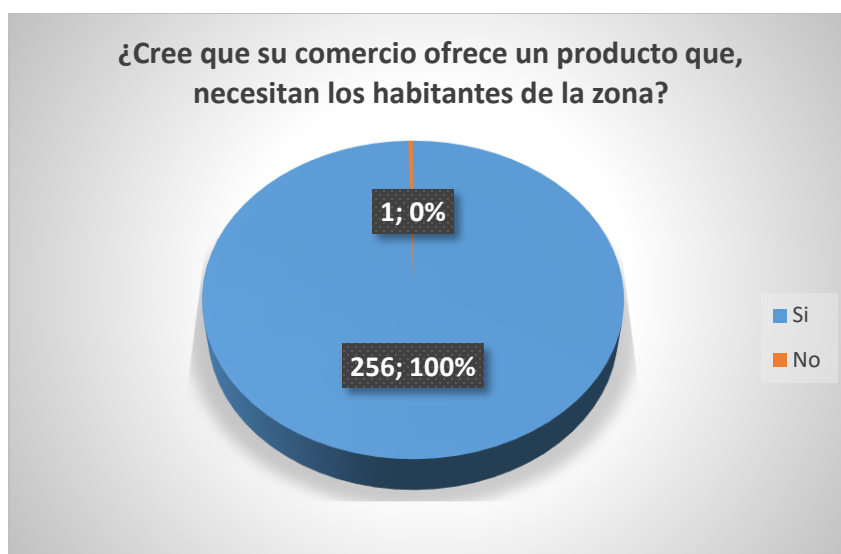
La gran mayoría de las personas encuestadas está de acuerdo con que su emprendimiento de comercio, ayuda a activar la economía en Ambato, en tanto que una minoría respondió que no, que los emprendimientos de comercio si están ayudando al crecimiento de la economía de Ambato de una manera real y visible.

6. ¿Cree que su comercio ofrece un producto que, necesitan los habitantes de la zona?

Tabla 12*Datos pregunta 6*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	256	100%
No	1	0%
Total	257	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 11*Pregunta 6*

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Análisis

Al preguntar a los encuestados si cree que su comercio ofrece un producto que, necesitan los habitantes de la zona (ver Figura 11), 256 personas correspondientes al 100%, respondieron que si en tanto que 1 correspondientes al 0% personas respondieron que no.

Interpretación

La mayoría de las personas encuestadas está de acuerdo con que su comercio ofrece un producto que necesitan los habitantes de la zona, en tanto que una minoría respondió que no, esto demuestra que el producto que ofrecen los emprendedores es necesario y muy importante para los usuarios de la provincia.

7. ¿El producto que usted vende es producido en la provincia de Tungurahua?

Tabla 13

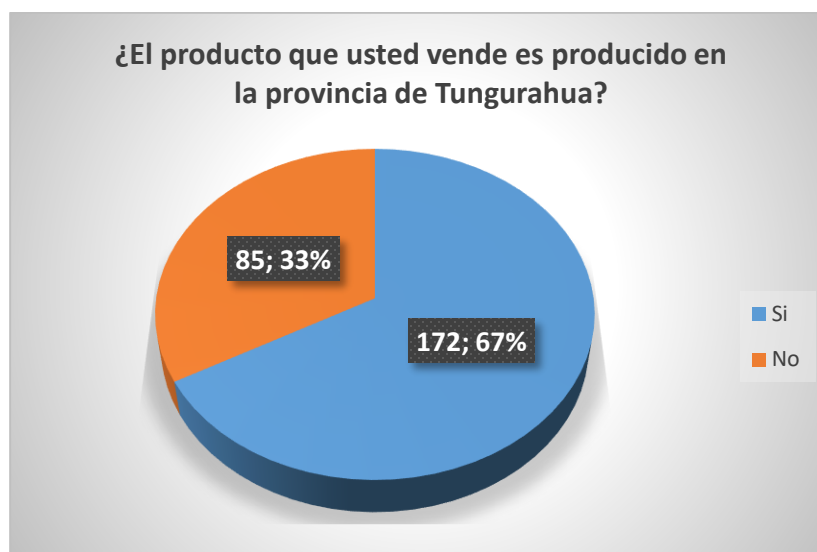
Datos pregunta 7

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	172	67%
No	85	33%
Total	257	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 12

Pregunta 7



Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Análisis

Al preguntar a los encuestados si el producto que usted vende es producido en la provincia (ver Figura 12), 172 personas correspondientes al 77%, respondieron que si en tanto que 85 correspondientes al 33% personas respondieron que no.

Interpretación

La mayoría de las personas encuestadas está de acuerdo con que el producto que vende es producido en la provincia, en tanto que una minoría respondió que no, esto nos muestra de una manera tangible que los emprendedores utilizan productos locales para llevar a cabo su modelo de negocio lo que genera más trabajo en algunos sectores de Tungurahua.

8. ¿Realiza algún tipo de planificación para la venta de sus productos?

Tabla 14

Datos pregunta 8

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	160	62%
No	97	38%
Total	257	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 13*Pregunta 8*

Nota. Datos obtenidos mediante la encuesta comerciantes

Análisis

Al preguntar a los encuestados si realiza algún tipo de planificación para la venta de sus productos (ver Figura 13), 160 correspondientes al 62%, respondieron que si en tanto que 97 correspondientes al 38% personas respondieron que no.

Interpretación

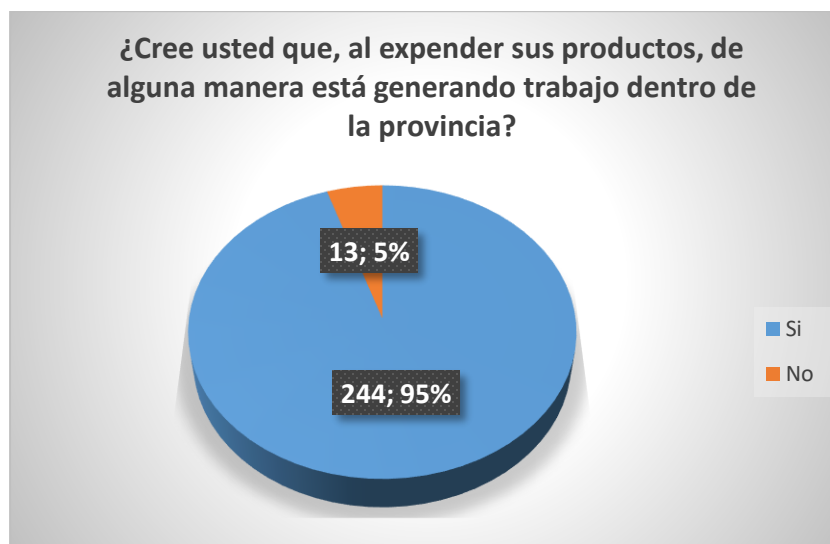
La gran mayoría de las personas encuestadas está de acuerdo con que realizan algún tipo de planificación para la venta de sus productos, en tanto que una minoría respondió que no, esto nos da una medida en que muchos de los emprendedores realizan procesos de planificación dentro de sus negocios lo que es beneficioso para el desarrollo de sus labores.

- 9. ¿Cree usted que, al expender sus productos, de alguna manera está generando trabajo dentro de la provincia?**

Tabla 15*Datos pregunta 9*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	244	95%
No	13	5%
Total	257	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 14*Pregunta 9*

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Análisis

Al preguntar a los encuestados si cree usted que, al expender sus productos, de alguna manera está generando trabajo dentro de la provincia (ver Figura 14), 244 personas correspondientes al 95%, respondieron que si en tanto que 13 correspondientes al 5% personas respondieron que no.

Interpretación

La gran mayoría de las personas encuestadas está de acuerdo con que, al expender sus productos, se está generando trabajo dentro de la provincia, en tanto que una minoría respondió que no, lo que nos está mostrando que la mayoría de las personas se da cuenta que los emprendimientos están generando más trabajo en el sector.

10. ¿Cree que el gobierno está trabajando para crear políticas, que ayudan a su negocio?

Tabla 16

Datos pregunta 10

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	178	69%
No	79	31%
Total	257	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 15

Pregunta 10



Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Análisis

Al preguntar a los encuestados si cree que el gobierno está trabajando para crear políticas, que ayudan a su negocio 178 personas correspondientes al 69%, respondieron que si en tanto que 79 correspondientes al 31% personas respondieron que no.

Interpretación

La gran mayoría de las personas encuestadas está de acuerdo con que el gobierno está trabajando para crear políticas, que ayudan a su negocio, en tanto que una minoría respondió que no, esto nos muestra que la gente cree y confía en su gobierno como agente rector para que cree políticas que favorezcan a los emprendedores de Tungurahua.

Análisis Bivariado

Cruce de Variables

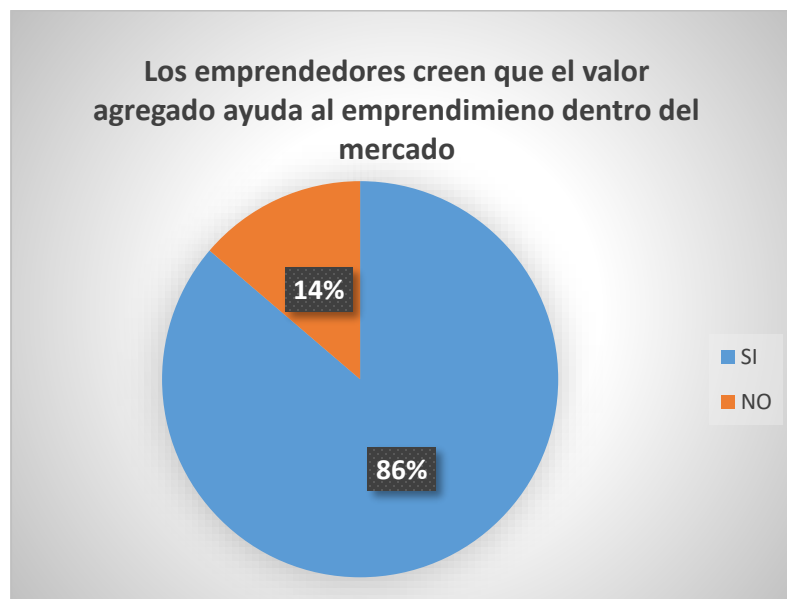
Preguntas 1 y 3

Tabla 17

Cruce variables preguntas 1 y 3

		Mercado (Sí)	
		Frecuencia	Porcentaje
Valor agregado (Sí)	a	211	54%
	b	182	46%
		393	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 16*Análisis preguntas 1 y 3**Nota:* Cruce de variables preguntas 1 y 3.

Análisis: el 86% de los emprendedores con un negocio creciente primordialmente piensan en el mercado (ver Figura 16).

Preguntas 1 y 5**Tabla 18***Cruce variables preguntas 1 y 5*

Micro empresa (Sí)	E. Comercial (Sí)	
	Frecuencia	Porcentaje
a	238	53%
b	211	47%
	449	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 17*Análisis preguntas 1 y 5*

Nota. Cruce de variables preguntas 1 y 5.

Análisis: el 89% de los emprendedores con un negocio creciente primordialmente piensan que el emprendimiento ayuda a la economía de Ambato (ver Figura 17).

Pregunta 2 y Pregunta 7

Tabla 19*Cruce variables preguntas 2 y 7*

	Emprendimiento (Sí)	
	Frecuencia	Porcentaje
Oferta y demanda (Sí)	a	232 57%
	b	172 43%
	404	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

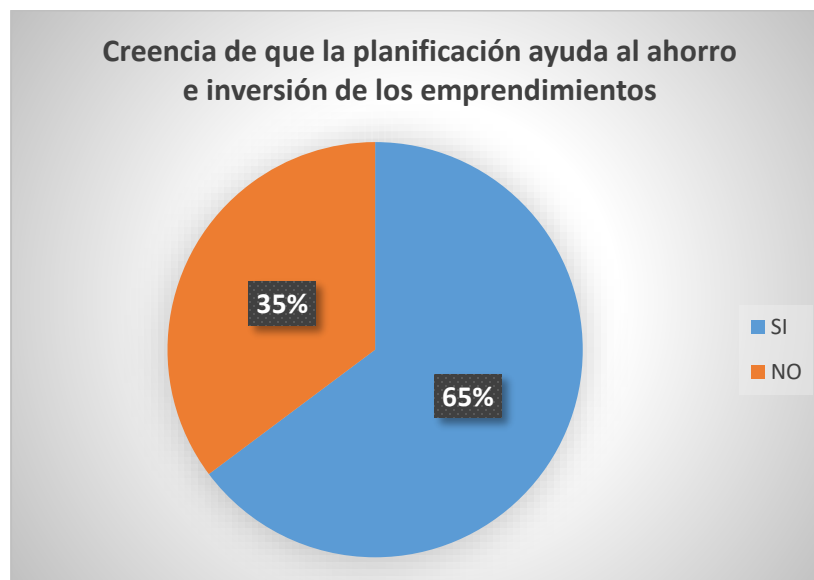
Figura 18*Análisis preguntas 2 y 7**Nota: Cruce de variables preguntas 2 y 7.*

Análisis: el 74% de los emprendedores con un negocio creciente primordialmente piensan que el nivel de productividad ayuda al nivel de producción zonal dentro del mercado (ver Figura 18).

Pregunta 4 y Pregunta 8**Tabla 20***Cruce variables preguntas 4 y 8*

	Capital negocio (Sí)	
	Frecuencia	Porcentaje
Desarrollo comercial (Sí)	a	247 61%
	b	160 39%
	407	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 19*Análisis preguntas 4 y 8**Nota: Cruce de variables preguntas 4 y 8.*

Análisis: el 65% de los emprendedores con un negocio creciente primordialmente piensan en que la planificación ayuda en el ahorro en los emprendimientos (ver Figura 19).

Preguntas 5 y 9**Tabla 21***Cruce variables preguntas 5 y 9*

		Trabajo (Sí)	
		Frecuencia	Porcentaje
Emprendimiento (Si)	a	238	49%
	b	244	51%
		482	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

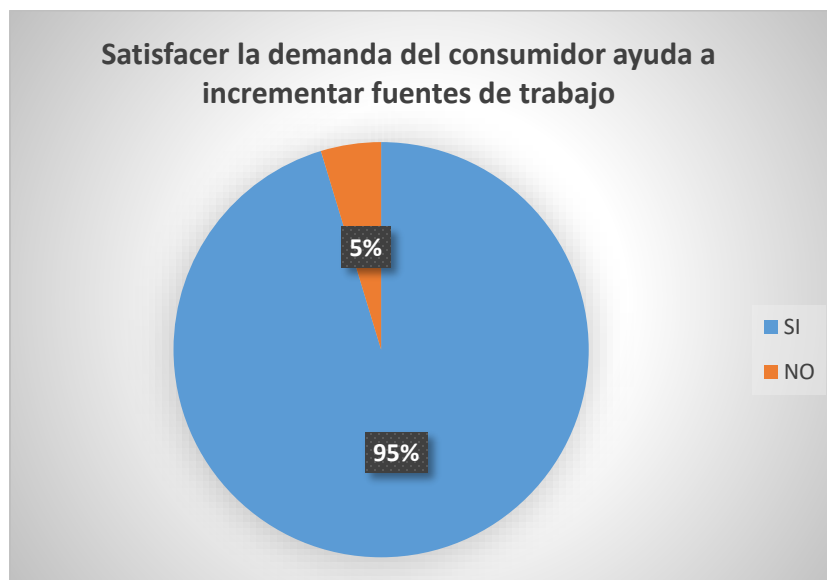
Figura 20*Análisis preguntas 5 y 9**Nota:* Cruce de variables preguntas 5 y 9.

Análisis: el 93% de los encuestados primordialmente piensan que el emprendimiento ayuda al desarrollo de economía (ver Figura 20).

Pregunta 6 Pregunta 9**Tabla 22***Cruce variables preguntas 6 y 9*

		Demanda (Sí)	
		Frecuencia	Porcentaje
Trabajo (Sí)	a	256	51%
	b	244	49%
		500	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 21*Análisis preguntas 6 y 9**Nota:* Cruce de variables preguntas 6 y 9.

Análisis: el 95% de los emprendedores con un negocio creciente primordialmente piensan en que el satisfacer demanda de productos ayuda a la creación de fuentes de trabajo (ver Figura 21).

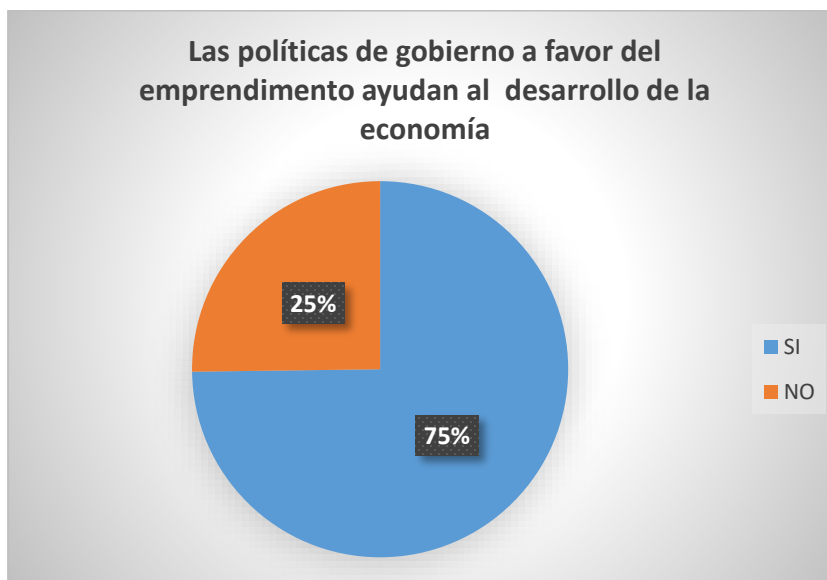
Pregunta 5 y Pregunta 10**Tabla 23***Cruce variables preguntas 5 y 10*

		Políticas gobierno (Sí)	
		Frecuencia	Porcentaje
Emprendimiento (Sí)	a	238	57%
	b	178	43%
		416	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Figura 22

Análisis preguntas 5 y 10



Nota: Cruce de variables preguntas 5 y 10.

Análisis: el 75% de los emprendedores con un negocio creciente primordialmente piensan en que las políticas de emprendimiento ayudan al desarrollo de economía (ver Figura 22).

Una vez realizado el análisis de resultados, se pudo observar, comparar y comprobar que el emprendimiento del sector comercial al por menor sí influye en la economía de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato ya que en cada una de las tablas cruzadas donde se comparó cada una de las preguntas de ambas variables, con respuesta cerradas. En todas las preguntas predominó la respuesta afirmativa que superó por mucho a la opción negativa, estableciendo una clara dependencia de la variable economía del cantón Ambato sobre la variable independiente que en este caso es el emprendimiento comercial al por menor.

Comprobación de la Hipótesis

H0: El emprendimiento del sector comercial al por menor no influye en la economía de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato.

H1: El emprendimiento del sector comercial al por menor sí influye en la economía de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato.

Para la comprobación de la hipótesis se eligió la prueba de Chi-cuadrado, cuya fórmula es la siguiente:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Simbología:

O = Datos observados

E = Datos esperados

Pregunta 5

¿Considera usted que su emprendimiento de comercio, ayuda a activar la economía en Ambato?

Tabla 24

Datos pregunta 5

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	238	93%
No	19	7%
Total	257	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Pregunta 7

¿El producto que usted vende es producido en la provincia de Tungurahua?

Tabla 25*Datos pregunta 7*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	172	67%
No	85	33%
Total	257	100%

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Tabla 26*Frecuencia observada*

Preguntas	Respuestas		Total
	Sí	No	
Pregunta 5	232	25	257
Pregunta 7	172	85	257
Total	404	110	514

Nota: Datos obtenidos mediante la encuesta a comerciantes.

Se utilizará un nivel de significancia para la comprobación de la hipótesis de: $\alpha = 0,05$

Frecuencia Esperada

$$f_e = \frac{(\text{Total de renglón})(\text{Total de columna})}{N}$$

Tabla 27*Frecuencia esperada*

Preguntas	Respuestas		Total
	Muy buena	Buena	
Pregunta 5	202	55	257
Pregunta 7	202	55	257
			514

Nota. Frecuencias esperadas de las preguntas 5 y 7

Luego una vez que se obtiene la frecuencia esperada se aplica la siguiente fórmula:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Donde:

Σ = Sumatoria

O = Frecuencia esperada

E = Frecuencia esperada en cada celda

Se calcula para cada celda la diferencia entre la frecuencia observada y la esperada, esta diferencia se eleva al cuadrado y se divide entre la frecuencia esperada. Finalmente se suman estos resultados y la sumatoria es el valor de X^2 .

Cálculo de Chi-cuadrado (X^2)

Tabla 28

Cálculo de Chi-cuadrado

$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$	O	E	O - E	$(O - E)^2$	$\frac{(O - E)^2}{E}$
Pregunta 5 / Sí	232	202	30	900	4,46
Pregunta 5 / No	25	55	-30	900	16,36
Pregunta 7 / Sí	172	202	-30	900	4,46
Pregunta 7 / No	85	55	30	900	16,36
	514	514		X² =	41,64

Nota: Cálculos en base a los datos de la encuesta comerciantes.

El valor de X^2 para los valores observados es de 41,64

Para determinar si el valor de X^2 es o no significativo se debe calcular los grados de libertad, los que se obtienen mediante la siguiente fórmula:

Grado de libertad (gl) = (N° de filas - 1) (N° de columnas - 1)

$$(gl) = (2 - 1) (2 - 1)$$

$$(gl) = (1) (1)$$

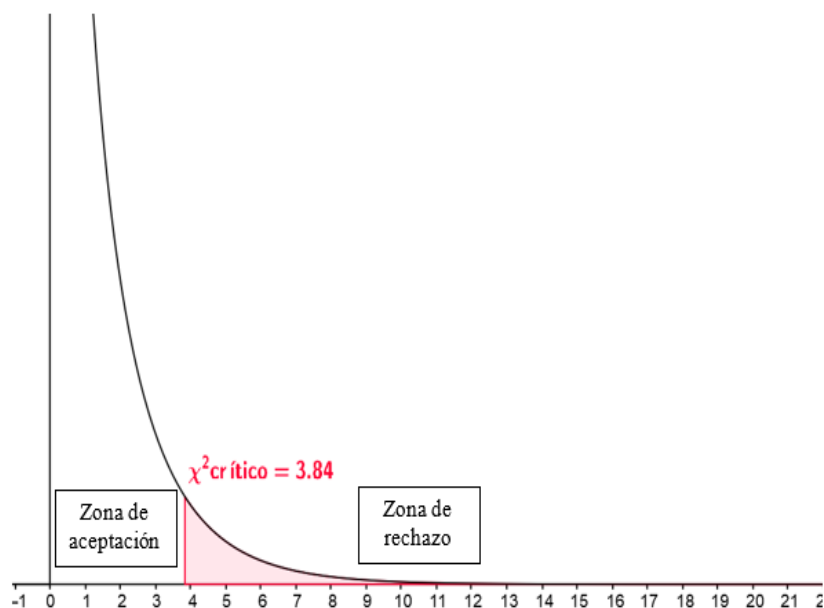
$$(gl) = 1$$

Tenemos que $gl = 1$; y el nivel de significancia $\alpha = 0,05$; que en la tabla de distribución de Chi-cuadrado equivale a 3,842, por lo tanto:

$$X^2 = \text{Crítico} = 3,842$$

Figura 23

Chi-cuadrado



Nota: Se muestra el punto crítico con un valor de 3,84

El valor tabulado de X^2 con 1 grado de libertad y un nivel de significancia de 0,05 es de 3,84 (ver Figura 23).

Decisión:

$$\text{Valor de } X^2_t = 3,842 < X^2_c = 41,64$$

Con todo lo expuesto anteriormente se rechaza a la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir, que el emprendimiento del sector comercial al por menor sí influye en la economía de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Los habitantes del Cantón Ambato se caracterizan por ser emprendedores, siendo el emprendimiento en el sector comercial el más representativo en ingresos para la economía local. Además, estos negocios son generadores de fuentes de empleo para sus pobladores.
- El sector comercial al por menor es el que más aporta en la economía del cantón Ambato, según lo demuestran los indicadores analizados como son el Valor Agregado Bruto (VAB) y la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), las que presentan un incremento en su valor a través de los años, según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y la bibliografía consultada.
- Mediante el análisis de datos se comprueba que el emprendimiento tiene un impacto positivo en la economía y en la generación de fuentes de empleo. Se verifica que factores como la planificación y establecer las necesidades del cliente, son determinantes al momento de iniciar un emprendimiento.
- En el cantón Ambato predominan las microempresas dedicadas al comercio al por menor, por lo que los emprendedores consideran que el valor agregado que ofrecen al consumidor es lo que marca la diferencia al momento de fidelizar al cliente.

Recomendaciones

- Fortalecer la generación de fuentes de empleo mediante la comercialización de productos elaborados en la provincia de Tungurahua.
- Que se brinde apoyo de parte de las instituciones públicas y privadas, mediante políticas e incentivos al sector comercial al por menor para aumentar sus ingresos y mejorar la economía local.
- Planificar al momento de iniciar un emprendimiento, además tener en cuenta las necesidades del cliente y continuar innovando de acuerdo a las nuevas necesidades y avances tecnológicos.
- Recordar siempre que el valor agregado ofrecido al cliente puede influir en el presente y futuro de la empresa, mediante el incremento en las ventas y la obtención de más clientes.
- Que las instituciones educativas continúen fomentando el espíritu emprendedor en las nuevas generaciones y les brinden los conocimientos y herramientas necesarios para asegurar el éxito en sus negocios.

Referencias

- Alarcón, O., & González, H. (22 de Diciembre de 2018). *El desarrollo económico local y las teorías de localización. Revisión teórica*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n51/a18v39n51p04.pdf>
- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. México, D. F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- Almeida, M., & Pires, A. (17 de Septiembre de 2018). *Incidencia del Liderazgo en la Intención de Emprendimientos Productivos Formales en Estudiantes de Pre-Grado en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://192.188.52.94/bitstream/3317/11576/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-473.pdf>
- Almodóvar, M. (2016). *Actividad emprendedora y crecimiento económico*. Obtenido de http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/3764/TDUEX_2016_Almodovar_Gonzalez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Almodóvar, M. (2016). *Actividad Emprendedora y El Crecimiento Económico*. Obtenido de http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/3764/TDUEX_2016_Almodovar_Gonzalez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alvarez, J., & Jurgenson, G. (2009). *Como hacer investigación cualitativa*. México D.F.: Paidós Mexicana, S.A.
- Anónimo. (14 de Abril de 2020). *Modelo de crecimiento de Solow*. Obtenido de Guías Jurídicas: https://www.guiasjuridicas.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMTc2MTtbLUouLM_DxblwMDS0NDQ3OQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoAZQtmzjUAAAA=WKE
- Anónimo. (2020). *Tipos de emprendimiento – Conceptos y clasificación*. Obtenido de Blog Emprendedor: <https://overflow.pe/tipos-de-emprendimiento/>
- Arroba Rodríguez, H. C. (2017). *El emprendimiento de las pequeñas y medianas empresas comercializadoras y el desarrollo económico del cantón Puyo provincia de Pastaza*. UTA.
- Banco Central del Ecuador. (2018). *Cuentas Provinciales*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/293-cuentas-provinciales>
- Camino, R., & Aguilar, A. (15 de Agosto de 2017). *Emprendimiento e innovación en Ecuador, análisis de ecosistemas empresariales para la consolidación de pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de UIDE: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3745/3/document%20%285%29.pdf>
- Cantos, F. (2015). *Estrategia de Emprendimiento Comunitario para Fomentar el Desarrollo Económico del Barrio Jose Tipan Niza*. UPSE.

- Castillero, O. (s.f.). *Variable dependiente e independiente: qué son, con ejemplos*. Obtenido de <https://psicologiyamente.com/miscelanea/variable-dependiente-independiente>
- CEUPE. (1 de Marzo de 2018). *El sistema financiero*. Obtenido de Finanzas: <https://www.ceupe.com/blog/sistema-financiero-conceptos.html>
- Chong, E. (2017). *El emprendimiento como agente potenciador del desarrollo económico local en el espacio rural*. Revista de Desarrollo Económico.
- Cruz, C., Olivares, S., & Gonzalez, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: GRUPO EDITORIAL PATRIA S.A. de C.V.
- Cuida tu futuro. (11 de Febrero de 2020). *Sistema financiero*. Obtenido de <https://cuidatufuturo.com/sistema-financiero/>
- Danel, O. (Noviembre de 2015). *Metodología de la investigación. Población y muestra*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/283486298_Metodologia_de_la_investigacion_Poblacion_y_muestra
- Diario El Mercurio. (19 de Septiembre de 2018). *Situación del emprendimiento en el Ecuador*. Obtenido de Negocios: <https://ww2.elmercurio.com.ec/2018/09/19/situacion-del-emprendimiento-en-el-ecuador/>
- Durán, J. (2016). *Alternativas de financiamiento para las Mipymes en el cantón Ambato*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/23013>
- Eguiguren, G. (6 de Septiembre de 2018). *PYMES obligatoriedad a partir del 2019*. Obtenido de Facturación Electrónica Ecuador: <http://www.facturacionelectronica.ec/pymes-obligatoriedad-a-partir-del-2019/>
- Fernandez, H. (s.f.). *¿Qué es la Economía?* Obtenido de Economía: <https://economyatic.com/que-es-la-economia/>
- Forero, T. (2 de Septiembre de 2019). *Descubre qué es un ecosistema emprendedor y cómo se configura en México y Colombia*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/ecosistema-emprendedor/>
- Formichella, M. (Enero de 2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Obtenido de INTA: <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Fuentes, F., & Sanchez, S. (Junio de 2010). *Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/figure/FIGURA-2-Modelo-del-Potencial-emprendedor-de-Krueger-y-Brazeal-1994_fig2_227452472

- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- ICEB. (26 de Septiembre de 2018). *Emprendimiento en América Latina: la formación, la palanca del cambio*. Obtenido de <https://www.iceb-edu.com/blog/emprendimiento-america-latina-la-formacion-la-palanca-cambio>
- INEC. (Julio de 2011). *Resultados Censo Nacional Económico*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Ambato.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (Julio de 2011). *Resultados del Censo Nacional Económico*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Ambato.pdf
- INTEP. (s.f.). *Tipos de Investigación*. Obtenido de https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018_1/Documentos/INVESTIGACION_NO_EXPERIMENTAL.pdf
- Jaime, E. (2017). *El emprendimiento en Ecuador: visión y perspectivas*. Obtenido de Universidad Ecotec: <https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigacion/libros/emprendimiento-ecuador.pdf>
- Jiménez, K. (Marzo de 2017). *Ecosistema emprendedor y emprendimiento en la provincia de Tungurahua*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/24799>
- Kerlinger, F., & Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento*. Obtenido de <https://padron.entretemas.com.ve/INICC2018-2/lecturas/u2/kerlinger-investigacion.pdf>
- Landívar, S. (19 de Noviembre de 2018). *La importancia de fomentar el emprendimiento en Ecuador*. Obtenido de Diario el Universo: <https://www.eluniverso.com/larevista/2018/11/20/nota/7059030/nos-hace-falta-innovar>
- Lenderman, D., Messina, J., Rigolini, S. P., & Jamele, y. (2014). *El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación - Resumen*. Washington: Banco Mundial.
- Liñan, F. (Noviembre de 2006). *Actitudes empresariales de los estudiantes universitarios andaluces*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/28102036_Actitudes_empresariales_de_los_estudiantes_universitarios_andaluces
- López, J. (s.f.). *Población estadística*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/poblacion-estadistica.html#>

- López, J. (s.f.). *Valor agregado bruto (VAB)*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/valor-agregado-bruto-vab.html>
- López, P. (2004). *Población, muestra y muestreo*. Obtenido de
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Mochón, F. (2006). *Principios de economía*. Madrid: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S. A. U.
- Montano, J. (2019). *Investigación no experimental: Diseños, características, ejemplos*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental>
- Moreno, E. (10 de Agosto de 2013). *Metodología de investigación, pautas para hacer tesis*. Obtenido de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/definicion-y-clasificacion-de-las.html>
- Moreno, E. (23 de Junio de 2017). *Definición del marco conceptual*. Obtenido de Metodología de investigación, pautas para hacer Tesis: <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2017/06/definicion-del-marco-conceptual.html>
- OBEST. (2016). *Motivaciones y actividades empresariales de los emprendedores en Tungurahua*. Obtenido de Revista Coyuntura 3:
<https://fca.uta.edu.ec/v3.2/servicios/observatorio/revistas/revista3.pdf>
- Ochoa, C. (27 de Febrero de 2015). *Muestreo probabilístico o no probabilístico*. Obtenido de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-o-no-probabilistico-ii#:~:text=Un%20marco%20muestral%20es%20una,cosa%20susceptible%20de%20ser%20investigada.>
- Páez, G. (s.f.). *Comercio al por menor*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/comercio-al-por-menor.html>
- Ponce, M., Flores, O., & Arriaga, L. (2014). *Actitud emprendedora de estudiantes del 4º. Año de carreras administrativas: estudio comparativo*. Obtenido de Red Internacional de Investigadores en Competitividad:
<https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1218/887>
- PQS. (Agosto de 2019). *Ecosistema emprendedor: ¿Qué es y cuáles son sus componentes?* Obtenido de Emprendimiento: <https://www.pqs.pe/emprendimiento/ecosistema-emprendedor-que-es-cuales-son-sus-componentes>
- Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la investigación*. Villahermosa: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Sánchez, J. (2019). *Crecimiento económico*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-economico.html>

- Sánchez, J. (2019). *Emprendedor*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html>
- Sevilla, A. (7 de Octubre de 2015). *Comercio*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/comercio.html>
- Significados.com. (5 de Agosto de 2019). *Emprendimiento*. Obtenido de
<https://www.significados.com/emprendimiento/>
- Tello, M. (Julio de 2006). *Las teorías del desarrollo económico local y la teoría y práctica del proceso de descentralización en los países en desarrollo*. Obtenido de PUCP:
<http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/DDD247.pdf>
- Varela, R. (2008). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá: Pearson Educación.
- Vázquez, R. (s.f.). *Tasa de actividad emprendedora*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/tasa-actividad-emprendedora.html>
- Vázquez, A. (2016). *La política de desarrollo económico local*. Obtenido de
https://flacso.edu.ec/cite/media/2016/02/Vazquez-A_2000_La-politica-de-desarrollo-economico-local.pdf
- Zambrano, J., & Lazio, V. (2019). *Jóvenes emprendedores en Ecuador 2012 - 2017*. Obtenido de
<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50408>
- Zamora, C. (2018). *La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador*. Obtenido de Revista Espacios:
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>
- Zamora, R., & Coello, G. (31 de Diciembre de 2015). *ResearchGate*. Obtenido de El valor agregado bruto (VAB) del comercio en la provincia de Tungurahua :
https://www.researchgate.net/publication/301748234_El_valor_agregado_bruto_VAB_del_comercio_en_la_provincia_de_Tungurahua

Anexos