



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Análisis del perfil emprendedor artesanal de la ciudad de Zamora, cantón
Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe. Año 2019.

TRABAJO DE TITULACIÓN.

AUTOR: Celi Herrera, George Andrés

DIRECTOR: Granda Tandazo, Carlos Vladimir, Mgtr

LOJA - ECUADOR

2019



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2019

APROBACION DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Mgtr.

Carlos Vladimir Granda Tandazo.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: Análisis del perfil emprendedor artesanal de la ciudad de Zamora, cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe. Año 2019 realizado por George Andrés Celi Herrera ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, julio 2019

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo George Andrés Celi Herrera declaro ser autor del presente trabajo de titulación Análisis del perfil emprendedor artesanal de la ciudad de Zamora, cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe. Año 2019, de la Titulación de Administración de Empresas, siendo Mgtr. Carlos Vladimir Granda Tandazo director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.

Autor: George Andrés Celi Herrera

Cédula: 1104305873

DEDICATORIA

Con cariño dedico este trabajo, a Dios por brindarme la salud, fuerza e inteligencia durante este proceso tan importante para mi vida, a mis padres y hermana por ser ejemplo a seguir, por ser pilar fundamental y fuente de inspiración, por brindarme su apoyo incondicional y siempre estar brindándome su valioso y sincero amor.

Todo este trabajo ha sido gracias a la ayuda de ellos.

AGRADECIMIENTO

Al culminar este trabajo, mi profundo y sincero agradecimiento a Dios, por concederme la vida y salud durante estos años de vida estudiantil, la inteligencia y sabiduría para dar solución a las distintas dificultades existen durante este camino universitario.

A mis padres por su comprensión y dedicación en este tiempo, por ser ejemplo día a día y por su sincero e incondicional apoyo para poder culminar con éxito mis estudios.

A los docentes de la Universidad Técnica Particular de Loja, que con profesionalismo han contribuido a la formación académica. Especial agradecimiento al Mgtr. Carlos Granda Tandazo, que gracias a sus conocimientos me ha asesorado de manera correcta para poder cumplir mi objetivo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	i
APROBACION DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPITULO I.....	4
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	4
1.1 Conceptos de emprendimiento.....	5
1.2 Tipos de emprendimiento	6
1.2.1 Emprendimiento social	6
1.2.2 Emprendimiento económico	6
1.2.3 Emprendimiento ecológico.....	6
1.2.4 Emprendimiento agrícola	7
1.3 Emprendimiento artesanal.....	7
1.4 Características y competencias de los emprendedores artesanales	8
1.4.1 Enfoque psicológico.....	9
1.4.2 Enfoque gerencial.	10
CAPITULO II	11
SITUACIÓN ACTUAL DEL EMPRENDIMIENTO ARTESANAL EN ECUADOR	11
2.1 El emprendimiento artesanal en el Ecuador.....	12
2.1.1 Situación actual del emprendimiento.	12

2.1.2 Principales emprendimientos por región.	14
2.1.2.1 <i>Región costa</i>	14
2.1.2.2 <i>Región sierra</i>	15
2.1.2.3 <i>Región oriental</i>	16
2.1.2.4 <i>Región insular</i>	16
2.1.3 Organismos que fomentan el emprendimiento a nivel nacional.	17
2.1.3.1 <i>Ecuador Innova</i>	17
2.1.3.2 <i>Corporación Financiera Nacional</i>	17
2.1.3.3 <i>Banco del Pacífico</i>	18
2.1.3.4 <i>Banco Pichincha</i>	18
2.1.4 Formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento.	19
2.1.4.1 <i>Prendho - Centro de Emprendimiento</i>	19
2.1.4.2 <i>Bolsa Global de Emprendimiento y Trabajo</i>	20
2.1.4.3 <i>Cátedra de Innovación y Emprendimiento UTPL</i>	20
2.1.5 La vinculación con el entorno y su importancia en la formación del emprendedor. ...	20
2.1.5.1 <i>Plaza Matilde</i>	21
2.1.5.2 <i>Instituto de la cerveza Ecuador – Cervecería Nacional</i>	22
2.1.5.3 <i>Emprendec</i>	23
2.2 Organismos reguladores y asociativos	23
2.2.1 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).	23
2.2.2 Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS).	24
2.2.3 Asociación de Emprendedores Ecuatorianos (ASEMPEC).	25
2.2.4 Alianza para el Emprendimiento y la Innovación del Ecuador (AEI).	25
2.2.5 Junta Nacional de Defensa del Artesano (JNDA).	26
2.3 Caracterización de las iniciativas de emprendimiento artesanal en el cantón Zamora, Gremio de Mecánicos Afines de Zamora Chinchipe.	26
2.3.1 Cantón Zamora.	26
2.3.2 Reseña histórica.	27

2.3.3 Atractivos turísticos.....	27
2.3.4 Emprendimiento dentro del cantón.....	27
2.3.5 Gremio de Mecánicos Afines de Zamora Chinchipe.....	28
2.4 Evaluación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del Gremio de Mecánicos Afines de Zamora Chinchipe	29
2.4.1 Fortalezas	29
2.4.2 Debilidades.....	29
2.4.3 Oportunidades.....	30
2.4.4 Amenazas.....	30
CAPITULO III	31
DESCRIPCIÓN DEL PERFIL ARTESANAL DE ZAMORA	31
3.1 Objetivos de la investigación.....	32
3.1.1 Objetivo general.....	32
3.1.2 Objetivos específicos	32
3.1 Naturaleza y alcance del análisis	32
3.2 Técnicas de investigación aplicadas	33
3.3 Análisis de resultados	35
3.3.1 Género	35
3.3.2 Edad	35
3.3.3 Nivel de estudio	36
3.3.4 Formación sobre crear empresas.....	37
3.3.5 Otra formación en relación al manejo del emprendimiento	37
3.3.6 Formación para la producción	38
3.3.7 Situación laboral previa	39
3.3.8 Sector productivo.....	40
3.3.9 Puesto trabajo anterior	40
3.3.10 Realización personal/ profesional.....	41
3.3.11 Antecedentes creación de empresas.....	41

3.3.12 Emprendimiento familiar.....	42
3.3.13 Emprendimiento previo al actual.....	42
3.3.14 Competencias importantes	43
3.3.15 Razones para iniciar un emprendimiento.....	43
3.3.16 Acogida del emprendimiento	44
3.3.17 Productos que ofrece.....	44
3.3.18 Ingresos mensuales.....	45
3.3.19 Número de trabajadores.....	46
3.3.20 Certificaciones	46
3.3.21 Condiciones económicas	47
3.3.22 Estructura de costos	47
3.3.23 Sistema de comercialización	48
3.3.24 Modelo de negocio.....	48
3.3.25 Plan de crecimiento.....	49
3.3.26 Idea de negocio	49
3.3.27 Clientes principales.....	50
3.3.28 Monto de inversión.....	50
3.3.29 Financiamiento	51
3.3.30 Apoyo de instituciones.....	51
3.3.31 Rentabilidad	52
3.3.32 Ganancia	52
3.3.33 Motivaciones	53
3.3.34 Características de liderazgo	54
3.3.35 Riesgo a emprender	54
3.3.36 Emprendimiento consolidado	55
3.3.37 Crecimiento emprendimiento.....	55
3.3.38 Aspectos crecimiento emprendimiento	56
3.3.39 Satisfacción como emprendedor	56

3.3.40 Satisfacción grupo familiar.....	57
3.3.41 Satisfacción situación económica.....	57
3.4 Perfil del emprendedor artesanal del cantón Zamora.....	58
CONCLUSIONES.....	60
BIBLIOGRAFÍA.....	62
ANEXOS.....	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Género de los encuestados.....	35
Figura 2. Edad de los encuestados.....	35
Figura 3. Nivel de estudios de los encuestados.....	36
Figura 4. Formación sobre crear empresas.....	37
Figura 5. Otra formación (gratuita o pagada).....	37
Figura 6. Formación para la producción.....	38
Figura 7. Situación laboral previa.....	39
Figura 8. Sector productivo.....	40
Figura 9. Puesto trabajo anterior.....	40
Figura 10. Realización personal/ profesional.....	41
Figura 11. Antecedentes creación de empresas.....	41
Figura 12. Emprendimiento familiar.....	42
Figura 13. Emprendimiento previo al actual.....	42
Figura 14. Competencias importantes.....	43
Figura 15. Razones para iniciar emprendimiento.....	43
Figura 16. Acogida del emprendimiento.....	44
Figura 17. Productos que ofrecen.....	44
Figura 18. Ingresos mensuales.....	45
Figura 19. Número de trabajadores.....	46
Figura 20. Certificaciones.....	46

Figura 21. Condiciones económicas	47
Figura 22. Estructura de costos	47
Figura 23. Sistema de comercialización	48
Figura 24. Modelo de negocio	48
Figura 25. Plan de crecimiento.....	49
Figura 26. Idea de negocio	49
Figura 27. Clientes principales	50
Figura 28. Monto de inversión	50
Figura 29. Financiamiento.....	51
Figura 30. Apoyo de instituciones.....	51
Figura 31. Rentabilidad	52
Figura 32. Ganancia.....	52
Figura 33. Motivaciones	53
Figura 34. Características de liderazgo	54
Figura 35. Riesgo a emprender.....	54
Figura 36. Emprendimiento consolidado	55
Figura 37. Crecimiento emprendimiento.....	55
Figura 38. Aspectos crecimiento emprendimiento	56
Figura 39. Satisfacción como emprendedor	56
Figura 40. Satisfacción grupo familiar	57
Figura 41. Satisfacción situación económica.....	57

RESUMEN

El presente trabajo se encuentra enmarcado en el análisis del perfil emprendedor artesanal de la ciudad de Zamora, siendo un proceso que permite identificar las principales características, competencias y falencias que afectan directamente al desarrollo artesanal de las personas que habitan en esta ciudad.

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó el tipo de investigación descriptiva, con el método inductivo y analítico, los resultados obtenidos son de carácter cuantitativo, los mismos que fueron recabados mediante la aplicación de una encuesta a 18 personas pertenecientes al Gremio de Mecánicos Afines de Zamora.

Con los resultados obtenidos se evidenció que los artesanos de la ciudad de Zamora son personas que cuentan con características y competencias propias de un emprendedor, sin embargo aspectos como la falta de financiamiento y capacitación, entre otros, son obstáculos para expandir sus emprendimientos actuales.

Palabras claves: perfil emprendedor, emprendedor, innovación, competencias.

ABSTRACT

The present work is based in the analysis of the artisanal entrepreneurial profile of Zamora city, this process allows to identify the main characteristics, competences and shortcomings that affect directly to artisanal development of the people who live in the city of Zamora.

For the following research has been used the Descriptive research, with the inductive and analytical method, the results obtained are quantitative, these results were obtained with the application of a survey to 18 people who belong to Zamora Mechanics' Guild.

The results allowed us to show that the Zamora artisans are people who have the characteristics and competences of an entrepreneur, but the lack of financing, the lack of training are aspects that prevent the expansion of their current ventures.

Key words: entrepreneurial profile, entrepreneur, innovation.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación denominado: “Análisis del perfil emprendedor artesanal de la ciudad de Zamora, año 2019” determina y analiza el perfil del mismo, con la finalidad de identificar y determinar las principales características y competencias que poseen los emprendedores de esta ciudad, los objetivos propuestos son: argumentar teóricamente las competencias que requiere el emprendedor artesanal para mejorar su desempeño, describir la situación actual del sector de emprendimientos artesanales en la ciudad de Zamora, identificar las características que permitan definir el perfil del emprendedor artesanal.

La metodología propuesta en la presente investigación es de tipo descriptivo, basado en el método inductivo y analítico, el cual sirve para fundamentar teóricamente la misma, mientras que los resultados obtenidos son de tipo cuantitativo, permitiendo conocer la realidad de las personas emprendedores en la ciudad de Zamora.

La presente investigación consta de tres capítulos que se detallan a continuación:

En el capítulo I se enfoca en describir los principales conceptos y tipos de emprendimiento, y las características y competencias de los emprendedores artesanales.

En el capítulo II se enfoca en los fundamentos teóricos acerca de la situación actual del emprendimiento artesanal en el Ecuador, en donde se describa las principales actividades y organismos destinados a la formación básica y especializada, la vinculación con el entorno que lo rodea y su importancia en la formación del emprendedor, y los organismos reguladores y asociativos.

En el capítulo III se muestra la metodología empleada para la obtención de la información, la misma que fue mediante la aplicación de una encuesta, para posteriormente realizar el respectivo análisis e interpretación de resultados.

Las razones que promueven el planteamiento del tema se centra en la necesidad de fortalecer el espíritu emprendedor en la ciudad de Zamora, en el presente se identifica algunas causas visibles del problema, entre ellas la falta de apoyo por parte de instituciones públicas, quienes son las llamadas a promover el emprendimiento y por otra parte el temor a incurrir en préstamos bancarios para financiamiento.

CAPITULO I
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Conceptos de emprendimiento

El término emprendimiento puede aludir, como llevar a cabo un proyecto que busca un determinado fin, sea este económico, político o social, con algunas particularidades, siendo principalmente la innovación.

La definición anterior puede complementarse con las siguientes definiciones de algunos autores:

“Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (Stevenson, 2000).

Un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor. La palabra emprendedor tiene su origen en el francés *entrepreneur* (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Justamente ese ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos. (Formichella, 2004, p.3-4)

Para Thornton (1998) como se citó en (Formichella, 2004) Cantillon define al *entrepreneur* como el agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro. Y afirma que es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado. (p.10)

Schumpeter (1942) utiliza el término emprendedor para referirse a aquellas personas que con sus acciones causan instabilidades en los mercados mundiales. En su libro titulado *Capitalismo, socialismo y democracia* lo define como:

La función de los emprendedores es transformar el patrón de producción al aprovechar al máximo una invención, con la finalidad de producir un nuevo producto o mejorar un ya existente, ser proveedor de fuente de insumo o reformar la industria.

1.2 Tipos de emprendimiento

1.2.1 Emprendimiento social

El emprendimiento social hace referencia a una orientación laboral y social específica, cuya finalidad es el desarrollo de proyectos laborales y sociales que no solo se puede catalogar como un emprendimiento común, sino que va más allá de generar una idea de negocio que genere ingresos, implica elaborar, ejecutar y sustentar iniciativas destinadas a la mejora o solución de una dificultad de la cual será beneficiaria un grupo común de seres humanos. Como otro tipo de emprendimiento, cuenta con los elementos centrales de innovación y riesgo en la solución novedosa a una necesidad o problema (Bargsted, 2013).

(Bargsted, 2013) afirma que: “el emprendimiento social se caracteriza por ser un negocio o empresa con un objetivo distintivo que ha sido definido, con mucha amplitud, como un fin social. Es más, algunos autores señalan la relevancia de la creación de valor” (p.124). Cuando hablamos de creación de valor, nos referimos a la generación de acciones que tienen una repercusión positiva en un grupo humano.

1.2.2 Emprendimiento económico

El emprendimiento económico es la nueva tecnología de la gerencia empresarial innovadora que ha estimulado el surgimiento de nuevas iniciativas para impulsar el crecimiento y desarrollo económico de los países, tales iniciativas son nuevas empresas más competitivas que las tradicionales, porque están estratégicamente organizadas alrededor de la información, el conocimiento y conducción empresarial (Petit, 2007).

1.2.3 Emprendimiento ecológico

El emprendimiento ecológico se centra en orientar la acción empresarial hacia la preservación del entorno natural en particular la tierra, la biodiversidad y los ecosistemas. Por tanto, se dirige prioritariamente hacia la solución de los problemas medioambientales buscando también la modificación de las actitudes y prácticas en su relación con el entorno.

El emprendimiento ecológico o eco-emprendimiento es, por tanto, una parte del emprendimiento pro-sostenible aunque no es sinónimo del mismo puesto que no cubre explícitamente el mantenimiento de las comunidades, y el desarrollo de ganancias no económicas para los individuos y la sociedad (Gessa y Toledano, 2011, p.1157-1158).

1.2.4 Emprendimiento agrícola

La interpretación de emprendimiento agrícola es uso y explotación de las tierras para llevar a cabo actividades agropecuarias, forestales o mixtas.

La puesta en operación de estrategias de empresariedad se ve como fenómenos de transición hacia nuevas formas de sociedad dentro de lo que serían reformas agrarias integrales, lo que implica, entre otros, la adquisición de tierras, la determinación de las características de los beneficiarios, la fijación de período de establecimiento, la formación de las empresas, la generación de riqueza y la mejora constante en las condiciones de vida (Sancho, 2010,p .69).

Entre los obstáculos para llevar a cabo un emprendimiento agrícola se encuentran:

- a) Tamaño y densidad de los territorios rurales.
- b) situación económica de las comunidades.
- c) Enlace con la población urbana.

El territorio rural es donde se lleva a cabo este tipo de emprendimiento, además de actividades no agrícolas que influyen en la calidad de vida de sus habitantes. Los emprendedores deben visualizar las oportunidades, conocer riesgos e identificar su potencial que conlleve a su propio desarrollo (Sancho, 2010).

1.3 Emprendimiento artesanal

Se ha hablado mucho sobre si emprender es una actividad por necesidad principalmente por motivos de desempleo o por vocación, lo ideal sería por vocación y ajustarse a la realidad actual.

En el mundo actual que vivimos, globalizado e industrializado, aquellos productos o servicios hechos por completo por la mano del hombre y el toque personalizado que lo diferencia es lo que los consumidores buscan. Es ahí donde los emprendedores apuestan, donde ven una oportunidad para ganar mercado, sin embargo el gran desafío es formalizar su idea de negocio y ganar volumen, sin perder el toque diferenciador (Cronista, 2012).

Según Albert Riba (Riba, 2015) señala: dentro lo que llamo modelo “artesanal” solemos encontrar a emprendedores que ven a la empresa como una ente vivo y continuo al que ellos desean acompañar durante todo el proceso vital del mismo, son proyectos emprendedores en los que sus fundadores suelen estar años al delante de la misma y suelen buscar una continuidad a medio largo plazo . En estos casos, suelen primar la ventaja competitiva al gran volumen y al coste, pues estos modelos suelen requerir grandes volúmenes o bien, industrialización.

Para que productos innovadores o diferentes sean aceptados por los mercados debe transcurrir cierto tiempo. Productos vanguardistas de diseñadores no se los puede conseguir en cualquier tienda de un centro comercial. Estas creaciones, denominadas alternativas, tienen su nicho definido: adolescentes y jóvenes que prefieren lo artesanal y personalizado, lo que no se fabrica en serie (Revista Líderes, 2013).

1.4 Características y competencias de los emprendedores artesanales

Un sin número de investigaciones se ha realizado acerca del tema, por ejemplo, Filion (1996) luego de varios análisis a investigaciones, ha determinado algunas competencias que se listan a continuación:

- Confianza en sí mismo
- Perseverancia
- Determinación
- Compromiso a largo plazo
- Energía
- Talento
- Creatividad
- Iniciativa
- Flexibilidad
- Responsabilidad

- Independencia
- Liderazgo
- Habilidad para tratar con la gente
- Adaptación a momentos críticos
- Optimismo
- Internalización

Para Herron y Robinson (1993), como se citó en (Ramos, Campillo y Gago, 2010) además de las competencias mencionadas, “los atributos personales del emprendedor también pueden determinar el resultado de las actividades desarrolladas, en la medida en que es el individuo en sí mismo quien logra con sus características idiosincrásicas y habilidades llevar al éxito su iniciativa empresarial”. (p.34)

De acuerdo con Veciana (1999), como se citó en (Ramos et al., 2010) “aunque son varios los factores que condicionan el resultado de una empresa, muchos de ellos dependen o están bajo el control del propio emprendedor”. (p.34)

A continuación se detallan dos enfoques identificados por Veciana basados en la figura del emprendedor: el psicológico y gerencial.

1.4.1 Enfoque psicológico.

La perspectiva teórica más representativa dentro de este enfoque es la Teoría de los Rasgos de Personalidad. Esta teoría sostiene que el emprendedor exitoso tiene rasgos psicológicos diferenciadores a los demás individuos.

En tal sentido, dicho enfoque hace alusión a algunos atributos que suelen poseer las personas emprendedoras, y que tienden a palparse en la puesta en marcha de una organización: asumir riesgos y la inexistencia de miedo al fracaso.

La evidencia previa ha demostrado que este es un factor especialmente determinante del espíritu emprendedor de un sujeto. En efecto, la asunción de riesgos es una parte esencial de la actividad empresarial, dado que una de las causas más frecuentes de que no se inicie una actividad de creación de empresas o de que se abandone en el camino es el miedo a que fracase. El temor al fracaso constituye una importante barrera psicológica que frena a muchos empresarios potenciales y que los hace menos proclives a abordar iniciativas emprendedoras. (Ramos et al., 2010, p.34-35)

Además, dicho atributo constituye un factor del emprendedor con potencial para influir en su percepción del resultado esperado de la iniciativa abordada. Las características cognitivas de propensión al riesgo de los emprendedores hacen que perciban menos riesgos asociados a la creación y desarrollo de una empresa que otros individuos y que, por tanto, muestren un menor temor al fracaso empresarial. No obstante, cuanto mayor sea el miedo a fracasar, menos exacta será la valoración que realicen de tales riesgos y peores serán sus expectativas respecto del éxito derivado de las actividades emprendedoras. (Ramos et al., 2010, p.35)

1.4.2 Enfoque gerencial.

Este enfoque sostiene que la actividad emprendedora es resultante de un proceso de decisión por parte del emprendedor, el mismo que debe poseer los conocimientos y habilidades requeridos para crear y dirigir una organización.

En efecto, para que un individuo se plantee poner en marcha un negocio deberá sentirse en posesión de los conocimientos necesarios para hacerlo, pues nadie actuando racionalmente se enfrenta de forma voluntaria a situaciones que no sabe cómo resolver. En este sentido, cuando un sujeto dispone de una formación académica y profesional adecuada y/o puede tener experiencia como emprendedor, acumular un stock de habilidades y conocimientos que le permitirá aumentar su nivel de confianza en sí mismo y que le será de gran ayuda a la hora de crear una empresa. (Ramos et al., 2010, p.35-36)

CAPITULO II

SITUACIÓN ACTUAL DEL EMPRENDIMIENTO ARTESANAL EN ECUADOR

2.1 El emprendimiento artesanal en el Ecuador

Según la Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en un estudio realizado por la ESPAE Graduate School of Management de la ESPOLE presentado en junio del 2017, Ecuador se mantiene en el podio del índice de emprendimiento dentro de la región, seguido por Colombia y Perú. En dicho informe se resalta el posicionamiento del país con la tasa de actividad emprendedora (TEA) más alta de América Latina, además tres de cada diez adultos son emprendedores siendo un 52,1% mujeres y un 47,9% hombres. (Revista Líderes, 2018)

Según el estudio, aproximadamente millones de adultos empezaron el proceso de puesta en marcha de un emprendimiento naciente o poseían uno con menos de 42 meses de haber sido creado, lo que representa el 29,6% de la población entre 18 y 64 años, siendo ésta la TEA más alta de la región.

Sin embargo cabe recalcar que la internalización de estos emprendimientos se encuentra estancada, siendo así que el 92% no tienen clientes a nivel internacional, cifra que se encuentra muy distante a la de países como Colombia y Chile que tienen tasas del 67% y 52% respectivamente.

Con respecto al perfil del emprendedor ecuatoriano, otro dato a tomar en cuenta es los años de formación académica que poseen los emprendedores, siendo esta de 11 años, mientras que el promedio de edad se encuentra en 36 años, poseen un negocio orientado al comercio y un 48,8% proviene de hogares cuyos ingresos oscilan entre USD 375 y 750. (Revista Líderes, 2018)

2.1.1 Situación actual del emprendimiento.

El GEM Ecuador 2017, recogió información de 2,060 personas en edad adulta y 37 expertos nacionales, lo que permitió identificar y analizar las características de la actividad emprendedora en el país. Dicho estudio revela que aún persisten las dificultades para que un emprendimiento supere la barrera de los 3 meses de operación, siendo las principales razones el financiamiento y falta de rentabilidad. (GEM, 2017)

En el estudio 2017, el GEM introduce el índice de espíritu emprendedor, en el cual se obtiene el segundo mejor puntaje de la región (0.28) después de Perú, evidenciando una percepción positiva frente al emprendimiento y una alta autoconfianza en las capacidades o conocimientos necesarios para emprender.

Respecto a las motivaciones que tienen las personas para iniciar una actividad emprendedora, en el 2017 la proporción de la TEA que emprende por oportunidad supera a los de necesidad (57.31% vs. 42.33%), que es la más alta en todo el periodo estudiado para Ecuador. (GEM, 2017)

En la evaluación del clima emprendedor, destacan positivamente los siguientes factores: infraestructura comercial y profesional, acceso a infraestructura física, normas sociales y culturales y educación y formación superior. La evaluación más baja es para políticas gubernamentales y acceso a financiamiento.

En percepción de capacidades, es decir, poseer conocimientos y habilidades para emprender, la puntuación de Ecuador destaca por sobre los demás países y los promedios referenciales; respecto al temor al fracaso como barrera para emprender, el 32% de la población responde afirmativamente.

A continuación se realiza una comparativa entre oportunidad vs necesidad de emprender:

1. Hombres y mujeres emprenden por igual.
2. Una mirada a los negocios y a las motivaciones para emprender revela diferencias. En 2017, la proporción de mujeres con negocios nuevos fue superior mientras que continúan predominando los hombres con emprendimientos por oportunidad y las mujeres por necesidad.
3. Una mayor proporción de hombres perciben oportunidad para emprender y se perciben más capaces para hacerlo, y en menor proporción consideran al temor al fracaso como una barrera para emprender.
4. Dentro de los negocios nacientes orientados a consumidores se encuentran bares y restaurantes y consultorios de servicios médicos.
5. En los negocios nuevos se encuentran las tiendas de víveres y negocios de retail; y, en los negocios establecidos, además de incluir este tipo de negocios, están salones de belleza y distribuidoras de alimentos y bebidas.
6. Entre los negocios establecidos, llama la atención la existencia de negocios de extrema informalidad como ventas por catálogo, ventas de comidas en fines de semana, venta ambulante de productos perecibles y no perecibles, y recolección de conchas en el estero, siendo estas últimas tres actividades emprendimientos por necesidad.
7. En cuanto al porcentaje de emprendedores en la TEA, que están involucrados en el sector de tecnología, lidera Argentina con 8.55%, luego Uruguay con 7.69%, Chile con 5.98%; Ecuador está entre los países con menor proporción de negocios en tecnología, llegando a menos del 1%.

Algunas cifras importantes:

- 52% de los ecuatorianos manifiestan intención de emprender, siendo el segundo porcentaje más alto de la región después de Colombia; pero, esta intención se ve afectada por el temor al fracaso que es una barrera.
- 31.7% de la población en Ecuador considera que el miedo al fracaso le impediría emprender. Cabe precisar que en el Ecuador hay un alto grado de aceptación social del emprendimiento. (GEM, 2017)

2.1.2 Principales emprendimientos por región.

2.1.2.1 Región costa.

Fulgore

Inició sus actividades en el año 2015, la propietaria es una joven emprendedora de 21 años de edad que vio la necesidad de crear prendas de vestir para mujeres. El presente emprendimiento se diferencia de los demás por factores como la atención a los pequeños detalles, la presentación de sus productos, los materiales de alta calidad que utiliza, la exclusividad ya que no fabrica más de tres prendas por diseño, el precio y la facilidad en la entrega. (El emprendedor, 2017)

IleMiranda

Ileana Miranda mujer nacida en Guayaquil, diseñadora de profesión, es una de las diseñadoras de zapatos más reconocidas en el Ecuador y en otros países, ya que sus zapatos son comercializados en otros países como Estados Unidos, Nueva Zelanda y Alemania. En Alemania cuenta con un local comercial para poder exhibir y vender sus productos. Actualmente cuenta con 33 empleados y su producción bordea los 2.000 zapatos. (Diseño en Ecuador, 2014)

Kushki Fast

La idea es poder realizar transacciones de manera rápida, sencilla y confiable. El dispositivo usa una cámara que detecta la huella dactilar, posteriormente se validarán los datos personales y el saldo de cuenta del usuario, los mismos que se encontrarán previamente almacenados en una base de datos para poder hacer efectiva una compra. Al final la información de la transacción será almacenada y podrá ser enviada al usuario vía correo electrónico o mensaje de texto.

Es un desarrollo que permite usar la huella dactilar como medio de pago con dinero electrónico, en vez del plástico o el efectivo, a través de una cámara que detecta la huella. El dispositivo valida los datos personales de su dueño y actualiza el saldo de la cuenta del usuario, que ya están almacenados en una base de datos. Un comprobante de la transacción llega al usuario por e-mail o mensaje de texto. (IQ Latino, 2017)

2.1.2.2 Región sierra.

Hipertronics

Inició sus actividades en el año 2012, en la provincia del Azuay, es una empresa que se dedica a ensamblar celulares, misma que se dedica a la fabricación de teléfonos grün (Revista Líderes, 2015). Años anteriores el dueño del emprendimiento era comerciante de teléfonos de otras marcas, pero vio la necesidad de ensamblar teléfonos en el Ecuador, mismos que sean amigables con el medio ambiente, ya que los teléfonos son reciclables y los manuales para su uso son digitales y por tanto es de donde nace el nombre grün que es un término alemán y significa verde.

PACARI CHOCOLATE

Inició sus actividades en el año 2002, su objetivo era cambiar la historia del chocolate en el país, actualmente es un negocio que ha revolucionado la industria con la exportación de productos terminados. La empresa tiene como principio el poner al productor primero. La calidad de Pacari refleja el trabajo en conjunto con cada persona involucrada en la innovación constante, la responsabilidad social, la sostenibilidad y el comercio directo con los agricultores de pequeña escala. (CONQUITO, 2016)

QUESINOR Carchi CEM

Inicia sus actividades en el año 2011, la empresa busca desarrollar y comercializar productos derivados de la leche que provean de ventajas nutricionales en la salud del consumidor, mediante la agrupación de pequeños productores de lácteos de la zona (La Hora, 2011).

Actualmente el emprendimiento cuenta con tecnología y personal altamente capacitado para el proceso de elaboración de productos derivados de la leche.

Moshi Boots

Inicio sus actividades en el 2014, la empresa confecciona zapatos, está ubicada en el tradicional barrio de La Floresta en Quito. La primera producción de la marca consistió en una línea de botas, una mezcla del diseño industrial con un toque hipster, expresado en varios

colores para combinar en diversos atuendos. Los detalles tradicionales de culturas indígenas se hicieron presentes en botas, zapatos tipo vans, estilo casual, entre otros. (Revista Líderes, 2018)

2.1.2.3 Región oriental.

Mishki Yaku

Es un emprendimiento que consiste en el turismo comunitario, mismo que se ubica a las orillas del Río Huataraco en la provincia de Napo. Aquí los amantes de la adrenalina extrema podrán realizar descenso en boyas y practicar rafting con los equipos necesarios, además cuenta con guías certificados que cuidarán la integridad física del tripulante. (TravelerBase, 2017)

SISMUS

Es un emprendimiento de un joven originario de la ciudad de Puyo. SISMUS trata de una aplicación para celulares la cual pretende ayudar a las personas que han sido afectadas por los sismos en el Ecuador. Esta aplicación fue creada en base a la necesidad de tener información de primera mano y sobre todo oficial de las alertas de sismo que se generan en nuestro país. La aplicación es gratuita y está disponible en Play Store. (Ecoamazónico, 2016)

2.1.2.4 Región insular.

La Merceditas

Inició sus actividades en el año 2012, Las Merceditas es una planta procesadora de quesos situada en la isla San Cristóbal. Este emprendedor, actualmente capta el mercado local y se muestra optimista y con la seguridad de ofrecer un producto garantizado y avizora a mediano plazo la producción de yogurt y queso mozzarella, cuenta con tecnología. (Biología, 2015)

Biocombustible de Aceite Vegetal de Piñón de Manabí para Galápagos Piñón

Este emprendimiento de tipo asociativo, empezó en el año 2012, el objetivo es producir biocombustibles para la generación de electricidad en Galápagos. Varias instituciones tanto públicas y privadas apoyan esta iniciativa. Este proyecto es de carácter ambiental, cuenta con un nivel de subsidio alto por parte de la Empresa Eléctrica de Galápagos. (Revista El Agro, 2018)

2.1.3 Organismos que fomentan el emprendimiento a nivel nacional.

2.1.3.1 Ecuador Innova.

Ecuador Innova es un programa que lleva a cabo la Vicepresidencia de la República, destinado al apoyo potencial innovador de ecuatorianos emprendedores, a través de incentivos de proyectos cuya característica principal es su orientación al cambio de la matriz productiva del país.

2.1.3.2 Corporación Financiera Nacional.

Esta institución de tipo pública, tiene como objetivo principal brindar apoyo a los sectores de la producción y estrategia del país, mediante numerosos servicios de financiamiento como de no financiamiento en base a las leyes del País.

La CFN ofrece los siguientes servicios:

- Apoyo Solidario.
- Crédito Directo.
- CFN Construye.
- Financiamiento Forestal.
- Cambio de la Matriz Productiva.
- Programa de Apoyo Productivo y Financiero.
- Programa de Financiamiento para Emprendedores.
- Financiamiento para Floricultores.
- Talleres de educación financiera.

Gracias a esto la CFN aporta al emprendedor conocimiento fundamental sobre temas como plan y modelo de negocios, atención a los clientes, derechos y obligaciones de los usuarios financieros, manejo de ahorros, saber administrar los riesgos, líneas de financiamiento. (CFN, 2018)

2.1.3.3 Banco del Pacífico.

Es una institución financiera estatal, actualmente cuenta con gran número de utilidades en el país, gracias a esto brinda la oportunidad de emprender mediante la financiación de proyectos. En conjunto con la AEI (Alianza para el Emprendimiento e Innovación) se plantea agilizar la ayuda al emprendedor.

Los servicios que brinda esta entidad son los siguientes:

- Financiamiento siendo cliente o no.
- Financiamiento para la expansión a partir de \$2000.
- Cobertura del 80% del Fondo Nacional de Garantía de la CFN.
- Cuenta con un monto de crédito hasta \$30.000.
- Período de gracias de vuestro capital máximo de un año para destino activo fijo.
- Ayuda personalizada desde la primera solicitud.
- Las mejores tasas del mercado. (Banco del Pacífico, 2019)

2.1.3.4 Banco Pichincha.

Se llama así mismo el mayor banco privado por capitalización y número de afiliados en el país. Además de contar año a año con un creciente suma de nuevos clientes y adaptación de nuevas tecnologías.

Esta entidad ofrece créditos para financiamiento exclusivamente para adquisición de equipos o maquinaria para el crecimiento de un negocio. El plazo máximo de crédito es de 36 meses y el cliente puede decidir si el plazo puede ser de menos meses.

Esta entidad ofrece los siguientes servicios:

- Crédito para compra de activos fijos.
- Crédito para capital de trabajo.
- Crédito para actividades agropecuarias.
- Crédito de grupo. (Banco Pichincha, 2019)

2.1.4 Formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento.

El desarrollo de capacidades emprendedoras, como parte integrante de la formación de los estudiantes de Educación Superior, constituye una respuesta al quehacer profesional frente a los aspectos más significativos de la sociedad globalizada que rige los tiempos actuales. (Bello, 2006)

Shapero, como se citó en (Braidot, Cesar y González, 2014) afirmó que sólo cuando las personas perciben que emprender es un evento deseable y factible se comprometerán en dicho esfuerzo. El alto porcentaje de estudiantes que reconocen la opción emprendedora como plausible en su trayectoria profesional dan cuenta de lo que Shapero definió como percepción de deseabilidad. Este hecho evidencia la existencia de una valiosa oportunidad para aprovechar esa percepción de deseabilidad y ofrecer herramientas concretas para incrementar la percepción de factibilidad del evento emprendedor, promoviendo así un aumento en la cantidad de egresados potencialmente dispuestos a crear empresas. Se abre aquí el camino para reflexionar sobre la formación para la empresariedad. (p.6)

La formación del emprendedor no solo es cuestión de guiar a las persona como formar y llevar a cabo la dirección de una empresa, va más allá de desarrollar la capacidad innovador y capacidad de autoevaluación.

A continuación se describen la función de algunas organizaciones encaminadas a la formación integra del emprendedor:

2.1.4.1 *Prendho - Centro de Emprendimiento.*

Es un centro de innovación fundado en la ciudad de Loja, ofrece servicios de incubadora de ideas, investigación y networking.

Está enfocado en apoyar a empresas, emprendedores e investigadores, para potenciar sus ideas innovadoras principalmente en los campos de tecnologías de la comunicación, agroindustria, electrónica y farmacopea. Actualmente, trabaja con 19 empresas nacionales e internacionales. Prendho está administrado por la Fundación para el Desarrollo Empresarial y Social (FEDES) y cuenta con el respaldo de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL). (Prendho, 2018)

2.1.4.2 Bolsa Global de Emprendimiento y Trabajo.

La Bolsa Global de Emprendimiento y Trabajo es un proyecto emblemático, ejecutado en conjunto tanto con el Municipio de Loja y el Ministerio del Trabajo, su finalidad es promover el emprendimiento, inserción laboral y la formación profesional de los habitantes del cantón Loja.

Actualmente son 29 los emprendimientos patrocinados por La Bolsa Global de Emprendimiento y Trabajo, siendo principalmente proyectos de artesanías y valor agregado en alimentos como café, ají, frutos secos, granola, fruta deshidratada, maní confitado, habas y otros productos. (Municipio de Loja, 2018)

2.1.4.3 Cátedra de Innovación y Emprendimiento UTPL.

La investigación, innovación y el emprendimiento son fortalezas de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL). Es por eso que en conjunto la Catedra de emprendimiento, la Dirección de innovación, articulada desde el Vicerrectorado de Investigación, en complemento con el centro de innovación Prendho y la infraestructura de laboratorios llevan a cabo cada año la ejecución de un banco de ideas para posteriormente el desarrollo de prototipos e innovación y el sistema de Retos UTPL.

La finalidad de la Cátedra de Innovación y Emprendimiento se enfoca en la generación de innovación y un desarrollo sustentable de la sociedad en general, promoviéndola en el área tecnológica, empresarial, social, de procesos y otras.

2.1.5 La vinculación con el entorno y su importancia en la formación del emprendedor.

Durante el proceso de llevar a cabo un emprendimiento, se encuentran algunos factores que inciden en el mismo, a continuación se detallan algunos de ellos:

Según Valera, como se citó (Cordero, Astudillo, Carpio, Delgado, & Amón, 2011) manifiesta que el proceso que se lleva a cabo para la puesta en marcha de nuevas empresas y del nacimiento de nuevos empresarios es el resultado de la interacción de factores situacionales, tales como: sociales, psicológicos, culturales y económicos, y que cada evento empresarial está marcado por los siguientes factores:

1. Toma de iniciativa;
2. Acumulación de recursos;
3. Administración;
4. Autonomía; y
5. Toma de riesgos.

Además recalca la existencia de factores de desplazamiento positivos como identificación de una oportunidad laboral, deseo de superación e independencia, así como negativos tales como salir del desempleo, emigración a otro país, fracaso o descontento con el trabajo actual. (Cordero et al., 2011)

Un avance importante y determinante para la investigación sobre los factores que afectan la actividad emprendedora es el estudio de Kantis y col., como se citó en (Cordero et al., 2011) quienes definen como un conjunto de factores que influyen el proceso emprendedor, dando lugar al concepto de Sistema de Desarrollo Emprendedor, que se define como el conjunto de elementos y factores que inciden sobre el proceso emprendedor contribuyendo u obstaculizando el nacimiento y desarrollo de emprendedores y de empresas, tanto en términos cuantitativos como cualitativos. (p.28)

Los factores se agrupan en las siguientes categorías:

1. Condiciones sociales y económicas;
2. Cultura y sistema educativo;
3. Estructura y dinámica productiva;
4. Aspectos personales;
5. Redes del emprendedor;
6. Mercado de factores; y
7. Regulaciones y políticas. (Cordero et al., 2011)

2.1.5.1 Plaza Matilde.

Plaza Matilde hace dos años desde que fue constituida desarrolla sus actividades en el Centro de Acción Social Matilde Hidalgo, ubicado en Sucre y José Antonio Eguiguren (esquina) en la ciudad de Loja, bajo la coordinación de la vice prefectura de Loja.

Esta es una propuesta que aglutina productos artesanales de alta calidad como: cerámica, tejidos, adornos, dulcería, chocolates, prendas de vestir, productos de cuero, bisutería, etc., que desde el pasado junio 2016 es un buen espacio para los pequeños emprendedores. Los

artesanos ofrecen productos que van directo al consumidor, sin la intermediación que eleva los precios. (La Hora, 2016)

Entre los principales emprendimientos se encuentra:

- Cafetería
- Spa
- Arreglos florales
- Tejidos
- Artesanías en madera
- Pintura en cuero

2.1.5.2 Instituto de la cerveza Ecuador – Cervecería Nacional.

Es un proyecto académico cuya finalidad se centra en brindar asesoría académica y técnica a emprendedores dedicados a la elaboración de cerveza artesanal. Este instituto es fruto de la alianza estratégica entre la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) y Solinal Food School (Primera Escuela de Avanzada en Entrenamiento de Alimentos de Ecuador).

El enfoque de esta alianza radica en que los emprendedores se capaciten en el proceso de elaboración de la cerveza, así como, la fase de diseño y puesta en marcha de sus planes de mercadeo y dirección correcta de su proyecto. Otro enfoque es que la cultura de la cerveza se afiance en el país, es por eso que en el primer proyecto participan 20 emprendedores (de entre 4.000 aspirantes) de varias provincias. Los perfiles de los emprendedores fueron escogidos a través de un examen de conocimientos básicos sobre procesamiento de cerveza y administración. (Rengel, 2017)

El convenio fue firmado oficialmente por Gustavo Guimas, vicepresidente de Manufactura de Cervecería Nacional, Ruth Simaluiza, Directora del Centro Regional Quito de la UTPL, Daniel Cedeño, Intendente de Concentraciones de la Superintendencia de Control de Poder de Mercado, y Lenin Javier Maingón (d), gerente de Operaciones de la empresa Solinal Food School.

El proyecto inicial no tiene costo y está compuesto por tres módulos (ciclos trimestrales). El primero modulo está orientado hacia emprendimiento y comercialización a cargo de la Universidad Técnica Particular de Loja; el segundo módulo está orientado al proceso de elaboración de la cerveza, a cargo de expertos cerveceros de la Cervecería Nacional, y el tercero está enfocado en la cervecería artesanal dictado por Solinal Food School. Los módulos

serán presenciales y vía online, e incluyen actividades en la fábrica de Cervecería Nacional y clases en las ciudades de Quito y Guayaquil. El aporte de Solinal Food School será técnico y conceptual para enseñar a los estudiantes el maridaje con alimentos y tendencias como el slow beer así como las prácticas para prevenir errores en el proceso y manipulación de ingredientes al momento de elaborar cerveza artesanal. (Rengel, 2017)

2.1.5.3 Emprendec.

Es una organización cuya finalidad es brindar apoyo a emprendedores para cambiar la historia de sus negocios, a través de democratizar el emprendimiento para que las personas cuenten con una formación especializada y les permita llevar su emprendimiento de mejor manera.

Entre los principales servicios que brindan se encuentran:

Coworking: espacios compartidos de trabajo, salas para reuniones y cafetería.

EmprendecLab: desde el año 2013 cuenta con los siguientes proyectos:

- Lidderar: programa destinado para personas líderes del cambio, en que aprenden herramientas de liderazgo e innovación social, para luego transmitir estos conocimientos en comunidades potenciando los ámbitos de convivencia.
- Mujeres emprendec: programa destinado al apoyo del emprendimiento llevado a cabo por la mujer ecuatoriana, contribuyendo al fortalecimiento de un mundo igualitario y justo.
- Sucade: en un concurso de innovación social en cual pueden participar jóvenes que cursan la secundaria.

Dec-Business: es un centro de formación en negocios para emprendedores, el cual en los próximos días lanza su primera convocatoria. (Emprendec, s.f.)

2.2 Organismos reguladores y asociativos

2.2.1 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

El Ministerio de Industrias y Productividad a través de su MIPROLAB cuenta con un espacio destinado a la innovación en calidad de incubadora, dentro del mismo brinda el servicio empresarial, tanto de asesoramiento como acompañamiento técnico desde el momento que se genera una idea hasta que se convierte en su negocio. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2017)

Se entiende por incubadora al espacio destinado para acelerar el proceso de crecimiento y desarrollo de nuevos proyectos de emprendimiento, dicha asistencia cuenta con tres fases:

La pre-incubación, durante esta fase el ente brinda al emprendedor una orientación para la puesta en marcha de su empresa: análisis de ideas, planes estratégicos, modelo de negocio, diseño de prototipo, articulación con redes, diseño de imagen corporativa.

La incubación, abarca temas relacionados principalmente con la revisión y seguimiento a la implantación, operación, desarrollo del negocio y los procesos de: asesoría legal y administrativa, planes de mercadeo, asistencia técnica.

La post-incubación, es la última fase del acompañamiento después de haber puesto en marcha el negocio, su finalidad es mejorarlo continuamente mediante: participación en ferias, eventos, ruedas de negocios, acceso a redes de inversión y catálogos del SERCOP (Sistema Nacional de Contratación Pública). (Ministerio de Industrias y Productividad, 2017)

2.2.2 Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS).

El Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria IEPS, es una entidad gubernamental, anexa al Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES, con patrimonio propio, e independencia técnica, administrativa y financiera, cuya función es brindar apoyo a personas con interés de emprendedor en un nuevo negocio, bajo normativa de la Ley de Economía Popular y Solidaria. Esta ley tiene como pilar fundamental, el modelo económico Popular y Solidario, que consiste en una forma de organización económica, que promueve la asociatividad, da prioridad a la persona por encima del capital, y promueve la igualdad y eficiencia entorno al desarrollo grupal y comunitario. (Socioeco, s.f.)

El IEPS busca la inclusión de todos los ciudadanos, en los siguientes ámbitos:

- Económico, mediante la generación de empleos;
- Financiero, guiando en el acceso a créditos asociativos;
- Social, mediante capacitaciones;
- Cultural, preservando los saberes ancestrales; y
- Político, fomentando la toma de decisiones de manera democrática.

Beneficios

Entre los principales beneficios que ofrece el IEPS, se encuentran:

- Brindar capacitación asociativa, administrativa y técnica para dirigir un proyecto o emprendimiento económico;
- Realizar seguimientos y evaluaciones a los productos o servicios;
- Ofrecer asesoría legal, y coordinar apoyo con otras instituciones públicas, como: MAGAP, SECAP, MIES, entre otras;
- Orientar en el acceso a créditos y préstamos en la banca pública;
- Ayudar a posicionar los productos y servicios en mercados nacionales e internacionales, promoviendo el intercambio entre otros miembros y asociaciones de la EPS. (Socioeco, s.f.)

2.2.3 Asociación de Emprendedores Ecuatorianos (ASEMPEC).

Es una organización de carácter social que agrupa a los emprendedores públicos y privados del país. Propicia el desarrollo y mejora del ecosistema de innovación del Ecuador, además de promover las políticas públicas que potencien el mismo, las buenas prácticas de negocios, la inclusión social y la innovación. (ASEMPEC, 2018)

El objetivo fundamental es contribuir a la sociedad ecuatoriana, a través del fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento e innovación de nuestro país, articulando a los emprendedores, congregándolos y representándolos, así como también brindarles las herramientas necesarias para su desarrollo, buscamos también ser promotores de políticas públicas que potencien los buenos negocios, la inclusión social y fomenten la inversión. (ASEMPEC, 2018)

2.2.4 Alianza para el Emprendimiento y la Innovación del Ecuador (AEI).

El rol de AEI es generar continuidad en procesos y proyectos mediante la articulación de esfuerzos entre sus aliados, de tal manera que se generen sinergias para apoyar a que los emprendedores e innovadores tengan acceso a: Información de emprendimiento e innovación que permita a los emprendedores tomar decisiones acertadas y que mitiguen el riesgo, en lo relacionado a sus empresas. Financiamiento de capital de riesgo que les permita a los emprendedores poner en marcha proyectos innovadores. Acceso a educación emprendedora para niños en escuelas y colegios; y desarrollo de competencias emprendedoras para profesionales. (AEI, s.f.)

2.2.5 Junta Nacional de Defensa del Artesano (JNDA).

Es la encargada de la formación y titulación artesanal que incorpore mano de obra calificada en el mercado laboral.

Entre las principales funciones se encuentra:

- Normar el funcionamiento de los Centros o Unidades de Formación Artesanal.
- Elaborar informes para la autorización de apertura, ampliación de rama, cambio de propietario, supresión de rama, cambio de propietario, cambio de domicilio de los centros y unidades de formación.
- Elaborar Resoluciones Institucionales de apertura, ampliación de rama, cambio de propietario, supresión de rama, cambio de propietario, cambio de domicilio de los centros y unidades de formación.
- Informes de supervisión y evaluación sobre el funcionamiento de centros o unidades de formación.
- Elaborar informes para la autorización de cursos de Titulación Modalidad Practica Profesional organizado por las Organizaciones Artesanales, Juntas Nacional, Provincial y Cantonal de Defensa del Artesano.
- Refrendación de títulos de Maestros de taller y Bachilleres Técnicos, Práctica Profesional, Propios Derechos y Convalidación.
- Informes de gestión. (JNDA, s.f.)

2.3 Caracterización de las iniciativas de emprendimiento artesanal en el cantón Zamora, Gremio de Mecánicos Afines de Zamora Chinchipe

2.3.1 Cantón Zamora.

Es uno de los nueve cantones de la provincia de Zamora Chinchipe, sus límites son: al norte con el cantón Yacuambi; al sur con los cantones Nangaritza y Palanda; al este con Yantzaza, Centinela del Cóndor y Nangaritza; y al oeste con la provincia de Loja y se encuentra conformado por las parroquias: Cumbaratza, Guadalupe, El Limón, Imbana, Sabanilla, San Carlos, Timbara, Zamora.

El cantón Zamora cuenta con una extensión territorial con 184.600 hectáreas que lo ubica entre los más grandes de la jurisdicción provincial y su población asciende a 25.510 habitantes. (GAD Municipal Zamora, 2018)

2.3.2 Reseña histórica.

En el año 1549 el capitán Alonso de Mercadillo funda la ciudad de Zamora de los alcaldes, producto de varias expediciones realizadas en busca de oro. Esta estuvo habitada en un principio por los Bracamoros durante el período de Integración, más adelante por los yaguarzongos que precedieron a los shuars durante las épocas prehispánicas y preincaicas.

Por ser un centro administrativo, cultural y comercial, con buena infraestructura urbana y rodeada de un bello entorno natural, mediante ordenanza se la denominó "Zamora, ciudad de aves y cascadas". (GAD Municipal de Zamora, s.f.)

2.3.3 Atractivos turísticos.

- Parque Nacional Podocarpus
- Estación Científica San Francisco
- Minas de Nambija
- Monumentos de Zamora
- Río Bombuscaro
- Reloj Gigante de la Ciudad
- Casa Misional de Guadalupe
- Puente La Saquea
- Cascada de Zamora
- Camino Antiguo de los colonos Loja-Zamora
- Comunidad Shuar
- Comunidad Saraguro (GAD Municipal de Zamora, s.f.)

2.3.4 Emprendimiento dentro del cantón.

La realización de ferias artesanal es una iniciativa que actualmente se está llevando cabo, esto gracias al trabajo en conjunto entre la Junta Nacional de Defensa del Artesano y la alcaldía de Zamora. La finalidad de estas ferias es reactivar la economía de este populoso

sector productivo, las mismas que se desarrollan los días domingos en el parque lineal de la localidad y dan cabida a varios tipos de actividad artesanal.

En primera instancia se inició con la participación de 25 actividades artesanales, entre las que destacan la fotografía, corte y confección, ebanistería, lácteos, embutidos, elaboración de alimentos, productos derivados del café, bisutería, entre otros. (La Hora, 2018)

Otra institución que apoya al fomento del emprendimiento es el Ministerio de Industrias y Productividad, a través de la Dirección Regional de Loja, se encuentra implementando tres Centros de Desarrollo Empresarial (CDEAE) y Apoyo al Emprendimiento en la provincia de Loja, y uno en Zamora Chinchipe. En la implementación de los CDEAE participan los Gobiernos Autónomos Descentralizados Provincial y Municipal de Loja, así como la Universidad Nacional de Loja, mientras que en el de Zamora Chinchipe, el Gobierno Municipal.

El objetivo de la implementación de los CDEAE es que las micro, pequeñas y medianas empresas mejoren su productividad, a través del uso de herramientas de gestión empresarial, así como generar el desarrollo económico local y constituirse en una herramienta de desarrollo y crecimiento de los artesanos, microempresarios de las provincias de Loja y Zamora. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2018)

2.3.5 Gremio de Mecánicos Afines de Zamora Chinchipe.

El Gremio de Mecánicos Afines de Zamora Chinchipe se fundó el 17 de febrero de 1987 en la ciudad de Zamora con alrededor de 10 socios, con el transcurrir los años se han ido incrementando los socios, llegando a ser parte del mismo alrededor de 100 personas, pero por motivos económicos, de salud o trabajo no se ha podido consolidar este número. En la actualidad son 18 personas que conforman este gremio de manera actividad, participan de las asambleas que por lo general se realizan cada tres o cuatro meses dependiendo de la disponibilidad de tiempo y la relevancia de los temas a tratar.

Su directiva se encuentra conformada de la siguiente manera:

- Flavio Agreda (Presidente)
- Rogelio León (Vicepresidente)
- Patricio Andino (Tesorero)
- Juan Carlos Armijos (Secretario)
- Juan Ordoñez (Vocal)
- Ramiro Cuenca (Vocal)

- Francisco León (Vocal)
- Ángel Quinto (Vocal)

Sus principales actividades comerciales se encuentra enfocadas al sector mecánico, eléctrico, venta de repuestos automotrices, trabajos en madera, pintura artesanías y alimenticio.

2.4 Evaluación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del Gremio de Mecánicos Afines de Zamora Chinchipe

2.4.1 Fortalezas

- Alta capacidad artística y creatividad de los artesanos productores.
- Conservación de técnicas y valores ancestrales dando a conocer su identidad cultural.
- Diversidad de productos y líneas artesanales.
- Existencia de programas y proyectos ejecutados por la JNDA.
- Ley del Artesano como marco normativo del sector, que establece las competencias del Estado a nivel nacional, regional y local; el cual propone lineamientos y herramientas para su el desarrollo.
- Existen productos de artesanía con la categoría de productos bandera y con denominación de origen.
- Avance en la elaboración de normas técnicas de las principales líneas artesanales a nivel nacional.
- Tendencias a la adopción de buenas prácticas, comercio justo y responsabilidad social-ambiental empresarial por parte del Gremio.

2.4.2 Debilidades

- Desconocimiento y poca aplicación de estándares internacionales de calidad, por parte principalmente de artesanos que están empezando en esta actividad.
- Bajo posicionamiento de los productos en los diferentes mercados a nivel nacional.
- Escasos conocimientos de productividad e indicadores de producción.
- Débil integración de la cadena productiva con la cadena de comercialización (proveedor, productor, intermediario, comercializador).
- Escaso desarrollo de marcas de productos artesanales debido a la insuficiente información sobre el tema y a los altos costos de registro.

- Los clientes nacionales y extranjeros no cuentan con información adecuada sobre dónde comprar artesanías (difusión, catálogos, páginas web).
- Deficiente distribución y localización de puntos y centros de venta de artesanías.

2.4.3 Oportunidades

- Tendencia de incremento del turismo interno, con lo que permite dar a conocer sus productos o servicios.
- Existencia de programas de responsabilidad social de grandes empresas del sector privado (mineras, hidrocarburos, energéticas, entre otras) que incluyen proyectos productivos y sociales que impactan en el desarrollo de la artesanía y el rescate del valor cultural de la localidad.
- Existencia de programas sociales y proyectos de desarrollo, el cual permite fortalecer al Gremio como tal para futuros proyectos.
- Mejora en infraestructura especialmente en transporte y telecomunicaciones que facilitan el abastecimiento de materia prima e insumos, así como la ampliación de canales de comercialización y acceso a nuevos mercados.
- Existencia de procesos, equipos, técnicas y productos innovadores a nivel nacional que pueden ser replicados y/o fusionados por los productores artesanales.

2.4.4 Amenazas

- Capital insuficiente para aumentar proceso de comercialización.
- Alta competencia de productos sustitutos que proviene del sector industrial, respecto a productos de artesanía, con lo que a mediano y largo plazo podrían desaparecer la producción artesanal.
- Discontinuidad de políticas y cambios de autoridades, técnicos y funcionarios, no permiten un desarrollo continuo del sector, tanto a nivel local como regional y nacional.
- Limitado número de empresas de servicios de apoyo, debido a que el sector artesanía es poco atractivo para inversionistas.
- Escasa difusión y oferta limitada de instituciones y programas de formación y capacitación, que no responde a los requerimientos de los actores de la cadena de producción y comercialización.

CAPITULO III

DESCRIPCIÓN DEL PERFIL ARTESANAL DE ZAMORA

3.1 Objetivos de la investigación

3.1.1 Objetivo general

Analizar el perfil del emprendedor artesanal de la ciudad de Zamora.

3.1.2 Objetivos específicos

- Argumentar teóricamente las competencias que requiere el emprendedor artesanal para mejorar su desempeño.
- Describir la situación actual del sector de emprendimientos artesanales en la ciudad de Zamora.
- Identificar las características que permitan definir el perfil del emprendedor artesanal.

3.1 Naturaleza y alcance del análisis

La presente investigación es un estudio de carácter exploratorio y descriptivo, los mismos que permitirán obtener una amplia información para cumplir con los objetivos planteados.

“El método exploratorio es aquel que analiza el entorno objeto de estudio sin plantear ningún tipo de alteración”. (Bunge, 2013, pág.124), mientras que el método descriptivo, utiliza técnicas matemático-estadísticas las cuales transforman datos en información (Cegarra, 2012).

Para el levantamiento de información se utilizará el método inductivo, mismo que permite llegar a conclusiones generales a partir de situaciones o casos particulares mediante la utilización de técnicas e instrumentos de investigación. (Tamayo, 2012)

Para la interpretación de tablas y gráficos se utilizará el método analítico, el mismo que permite conocer más sobre la naturaleza y objeto de investigación.

3.2 Técnicas de investigación aplicadas

Con relación al primer capítulo, se utilizará el método exploratorio, el mismo que servirá para fundamentar teóricamente las características y conocimientos que debe poseer una persona emprendedora, permitiendo establecer las bases sobre las cuales se va a desarrollar la investigación.

Las fuentes de información que servirán de apoyo para la recolección de información serán: investigación previas, revistas indexadas y artículos científicos relacionados directamente con el tema, mismos que ayudaran al cumplimiento de los objetivos planteados.

El segundo capítulo se basa en la utilización del método científico, el mismo que “propone alternativas para explicar fenómenos ocurridos en un tiempo y entorno determinado para desarrollar aplicaciones útiles que resuelven un problema determinado”. (Silva, 2014, pág.62). Su aplicación ayudara a formular alternativas las cuales fortalecerán el perfil del emprendedor.

El tercer capítulo se basa en la utilización del método descriptivo e inductivo, el descriptivo permitirá interpretar los datos previamente levantados con la finalidad de identificar el perfil del emprendedor, mientras que el inductivo permitirá proyectar criterios referente a formación, capacitación y oportunidades de emprendimiento que determinan el perfil emprendedor dentro de la ciudad de Zamora.

Para la construcción de la matriz FODA, se ha utilizado la técnica de la entrevista, misma que ha sido realizada a los integrantes del Gremio objeto de estudio, siendo principalmente los involucrados la directiva del mismo, además dicha información proporcionada fue complementada mediante la observación directa.

En cuanto a la población, se ha identificado a las siguientes asociaciones con domicilio en la ciudad de Zamora:

- Asociación de producción textil masharos textileros "APROTEXMASHA"
- Asociación de producción textil María Auxiliadora "ASOTEXMAUX"
- Asociación de producción textil inversionistas zamoranos "ASOTEXINZAMO"
- Asociación de producción textil Mayzel "ASOPROTEXMAY"
- Asociación de producción textil puntadas del Podocarpus "ASOPROTEXPUN"
- Asociación de servicios de alimentación unidos por la superación "ASOSERALIUNSU"
- Asociación de servicios de alimentación ciudad de aves y cascadas "ASOSERALCIAV"
- Asociación de producción textil confecciones Jireh "ASOTEXJIREH"
- Asociación de servicios de alimentación sazón amazónico "ASORASAM"

- Asociación de producción textil dincotex "APRODINCOTEX"
- Asociación de servicios de alimentación emprendedores de Zamora "ASOSERALIEMZA"
- Asociación de producción textil coser y crear "ASOTEXCOCREAR"
- Asociación de producción artesanal madera metal "ASOMADERAMETAL"
- Asociación de producción textil Jamboe "ASOTEXJAMBOE"

Cabe indicar que en cada una de las Asociaciones mencionadas existe alrededor de 15 personas en promedio por cada una, sin embargo de estas tan solo 7 u 8 se encuentran activas dentro de la misma.

Se ha seleccionado al Gremio de Mecánicos Afines por ser el que cuenta con mayor diversidad de actividades que realizan sus integrantes.

Las técnicas de recolección de información se basan en la aplicación de una encuesta como instrumento principal, la misma que será aplicada a 18 personas que conforman el Gremio de Mecánicos Afines de la ciudad de Zamora.

Una vez levantado los datos, el procedimiento para tratar la información será la siguiente:

- Organización de los datos
- Tabulación de resultados
- Análisis e interpretación de resultados
- Presentación de resultados

3.3 Análisis de resultados

3.3.1 Género

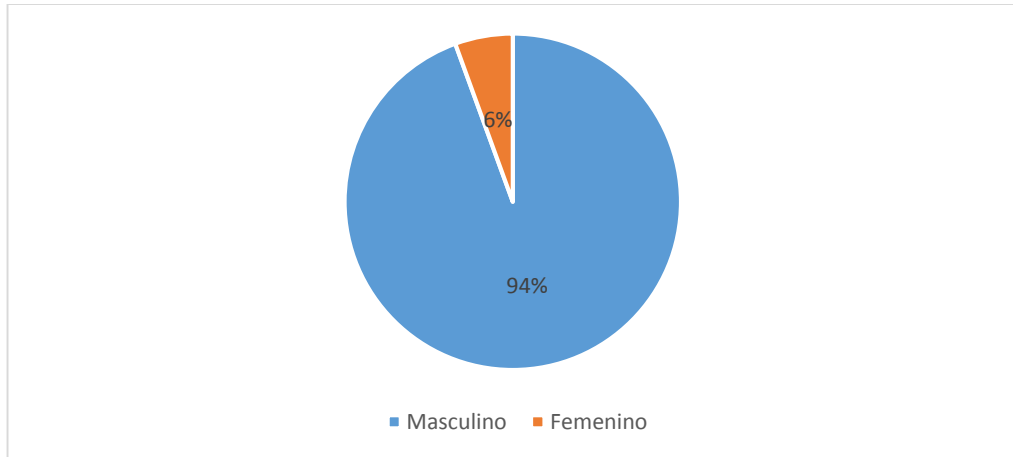


Figura 1. Género de los encuestados

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

El género que prevalece entre los artesanos es el masculino con un 94%, es decir tan solo existe una mujer entre 18 artesanos. Cabe indicar que la totalidad de las personas encuestadas se encuentran radicados en la ciudad de Zamora, perteneciendo al Gremio de Mecánicos Afines de Zamora.

3.3.2 Edad

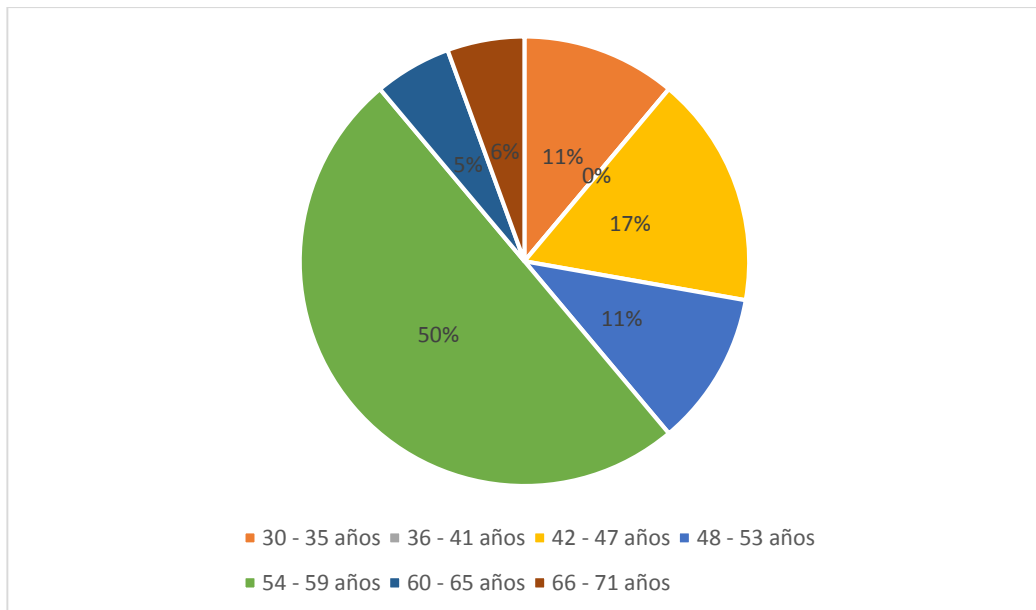


Figura 2. Edad de los encuestados

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

El promedio de edad de los artesanos se encuentra entre 54 y 59 años de edad, representando a 9 de cada 18 artesanos, seguido del 17% (3 de cada 18 artesanos) que se encuentra entre 42 y 47 años, con lo que se evidencia que la actividad emprendedora se desarrolla más en personas adultas que en jóvenes.

3.3.3 Nivel de estudio

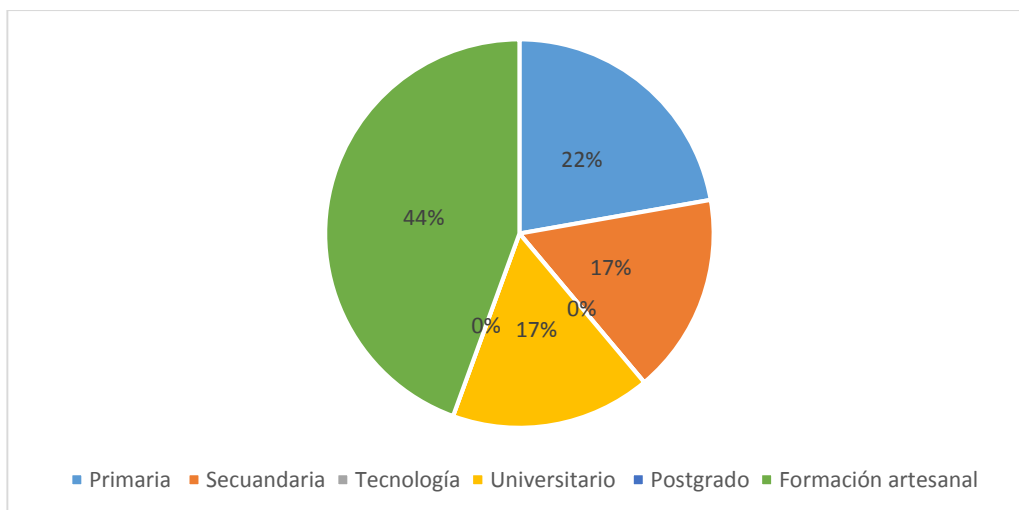


Figura 3. Nivel de estudios de los encuestados

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

La mayoría de las personas encuestadas (44%) (8 de cada 18 artesanos) han recibido un formación artesanal con miras a llevar a cabo su emprendimiento, sin embargo existe un gran porcentaje (39%) de personas que como instrucción académica máximo han podido concluir con la educación secundaria, razón por la que han tenido que emprender en un negocio por falta de oportunidades de trabajo; finalmente un bajo 17% han podido acceder a la educación universitaria.

3.3.4 Formación sobre crear empresas

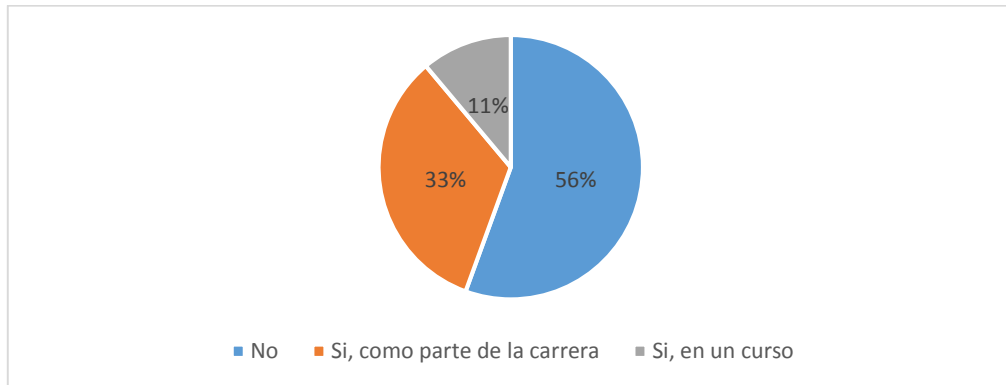


Figura 4. Formación sobre crear empresas

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Como se aprecia un 56% que representa a 10 artesanos no han recibido formación alguna de cómo crear una empresa, lo cual se evidencia en la organización y crecimiento de los distintos emprendimiento que se encuentran actualmente; sin embargo un porcentaje considerable (33%) (6 artesanos) han recibido alguna formación como parte de su formación académica, pero cabe aclarar que no es una formación especializada y completa para la formación de una organización.

3.3.5 Otra formación en relación al manejo del emprendimiento

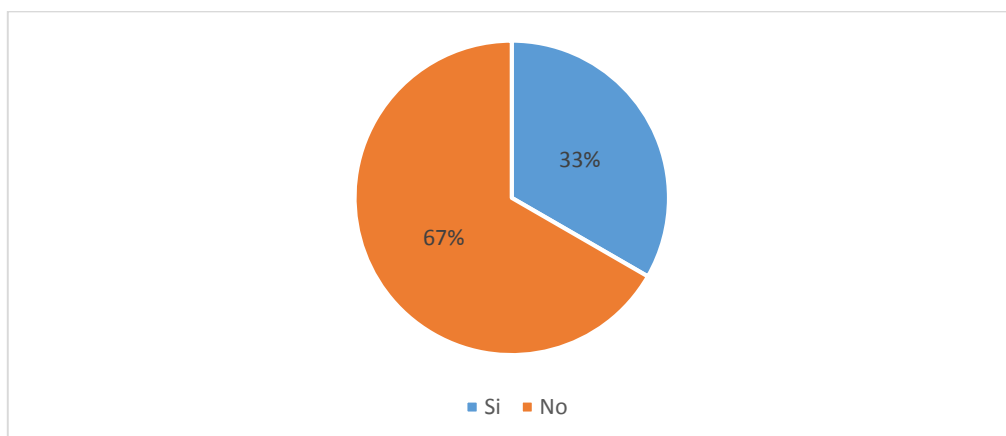


Figura 5. Otra formación (gratuita o pagada)

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Doce de un total de 18 artesanos no han recibido otra formación aparte de la recibida en algunos casos como formación académica, lo cual deja evidencia que los emprendimiento se llevan a cabo sin una planificación adecuada, es decir, se desarrolla de manera desordenada, muchos de los casos sin tener una estructura financiera definida.

3.3.6 Formación para la producción

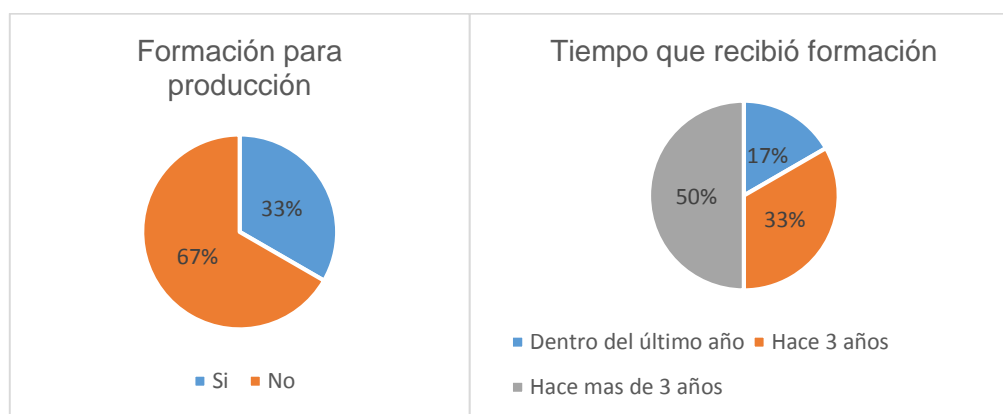


Figura 6. Formación para la producción

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Como se puede apreciar, la gran mayoría de artesanos (12) no han recibido formación alguna para llevar adelante su producción, y tan solo el 33% (6 artesanos) lo ha recibido, sin embargo es preocupante que la misma fue hace más de 3 años, lo cual no es una formación actualizada a las exigencias del mercado actual, y tan solo un 17% (un artesano) ha recibido alguna formación durante el último año.

3.3.7 Situación laboral previa

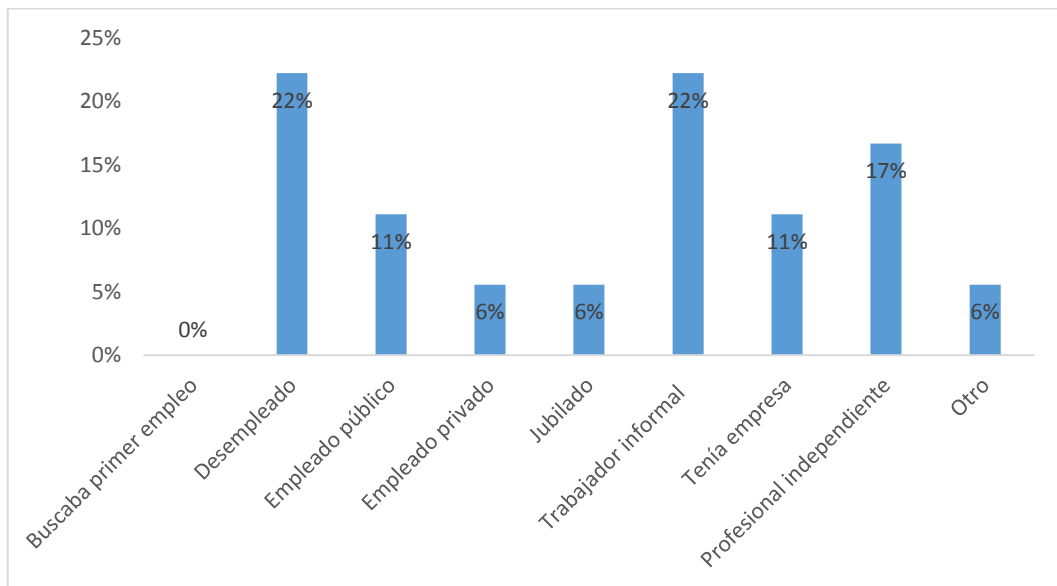


Figura 7. Situación laboral previa

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Existen 8 artesanos que se encontraban desempleados y en otros casos eran trabajadores informales, está la principal razón por la que decidieron emprender en un nuevo negocio, cabe mencionar y hacer énfasis que algunos emprendimientos son resultantes de personas que se encontraban jubiladas y buscaban nuevos ingresos económicos, así mismo las personas que laboraban como empleados privados decidieron emprender ya que en ocasiones puede ser no se sentían a gusto o sus ingresos no eran satisfactorios. Cabe recalcar que las personas (3) con un título profesional que representan el 17%, se encontraban prestando sus servicios de manera particular mas no con un negocio propio definido.

3.3.8 Sector productivo

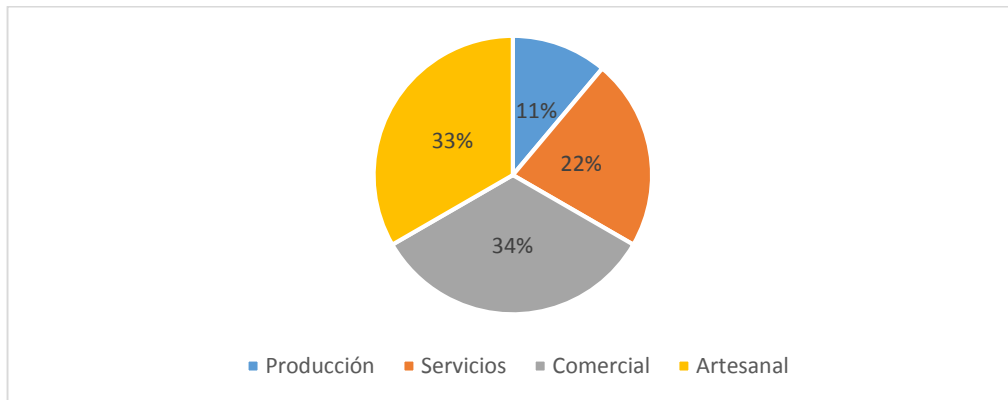


Figura 8. Sector productivo

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Existe un 34% de personas (6) que dedicaban sus actividades al sector comercial, cabe destacar que el 33% ya se encontraba inmerso en el sector artesanal, esto sirviendo de experiencia para su actual negocio emprendedor, y tan solo el 11% de la personas (2) se dedican al sector productivo, principalmente al cultivo de productos de consumo masivo.

3.3.9 Puesto trabajo anterior

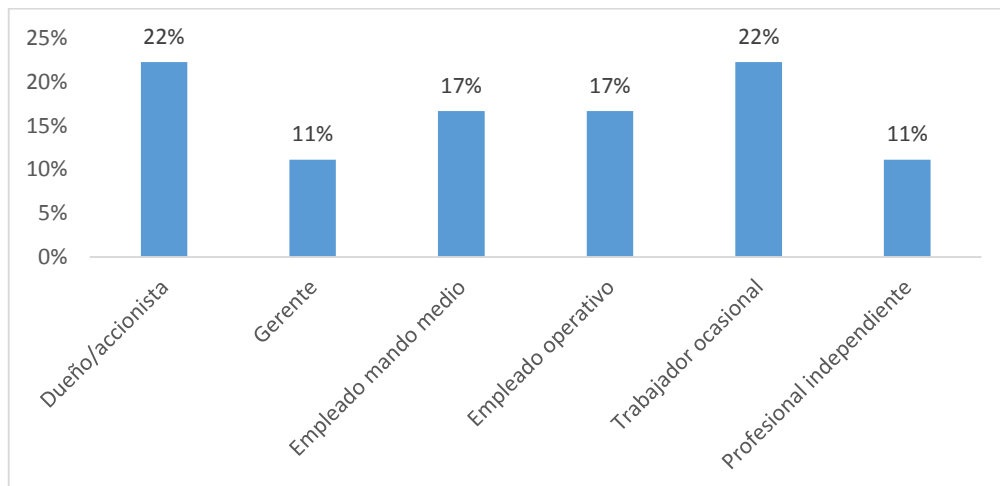


Figura 9. Puesto trabajo anterior

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Como se evidencia en la gráfica, existe una igualdad entre las personas que tenían su propio negocio y quienes eran trabajadores ocasional, es decir, temporal; también existe una igualdad (17%) entre quienes eran empleados de mando medio y operativo, en ambos casos empleados subordinados; y un 11% de personas que administraban negocios, teniendo en

cuenta que no eran sus propios dueños; de igual manera el mismo porcentaje para personas que ofrecían sus servicios de manera independiente.

3.3.10 Realización personal/ profesional

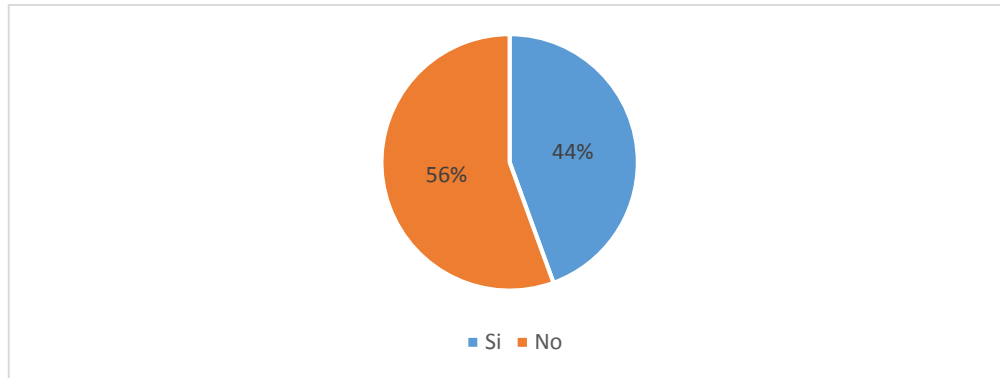


Figura 10. Realización personal/ profesional

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Existe más de la mitad (56%) de personas (10 artesanos) que no se sentían a gusto en su puesto laboral anterior, teniendo en cuenta que un gran número eran empleados de mando medio; siendo esta insatisfacción el principal motivo para decidir emprender.

3.3.11 Antecedentes creación de empresas

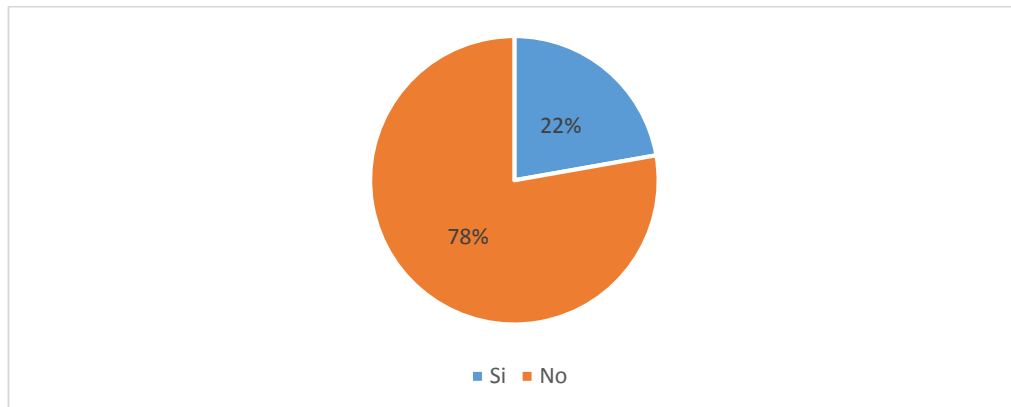


Figura 11. Antecedentes creación de empresas

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

La gran parte de personas como se aprecia en la gráfica (14 de cada 18 artesanos), no tiene conocimiento previo de la creación de una empresa, por lo que ahora su emprendimiento sería su primera experiencia de manejo de una empresa, este porcentaje se puede complementar con la información sobre planificación, el cual existe un alto número que no tiene una estructura plenamente definida para el manejo de la misma.

3.3.12 Emprendimiento familiar



Figura 12. Emprendimiento familiar

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

En cuanto a la continuación del anterior emprendimiento familiar de las personas que lo han tenido, en su totalidad han desaparecido los mismos, debido a que sus ingresos económicos no representaban las aspiraciones personales.

3.3.13 Emprendimiento previo al actual

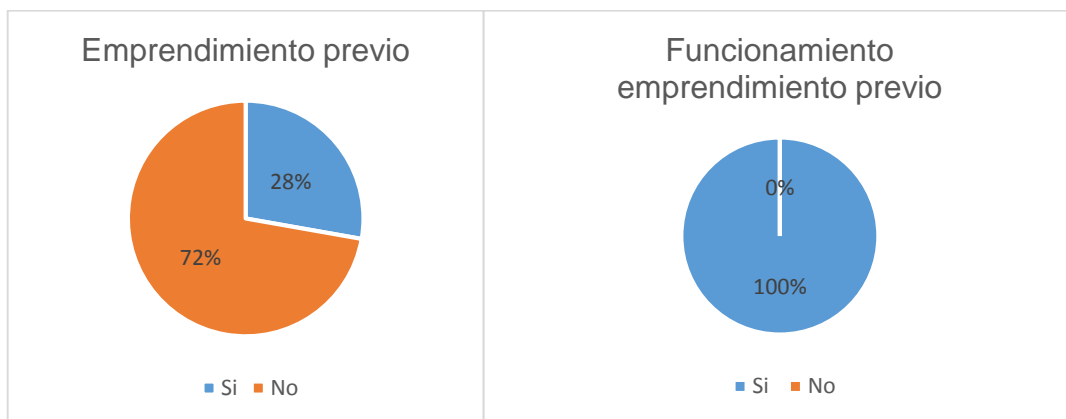


Figura 13. Emprendimiento previo al actual

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

En lo referente a la existencia de un emprendimiento previo, existe un bajo 28% que representa a 5 artesanos lo ha tenido, pero sin embargo el mismo sigue funcionando y siendo fuente de ingresos para sus propietarios.

3.3.14 Competencias importantes

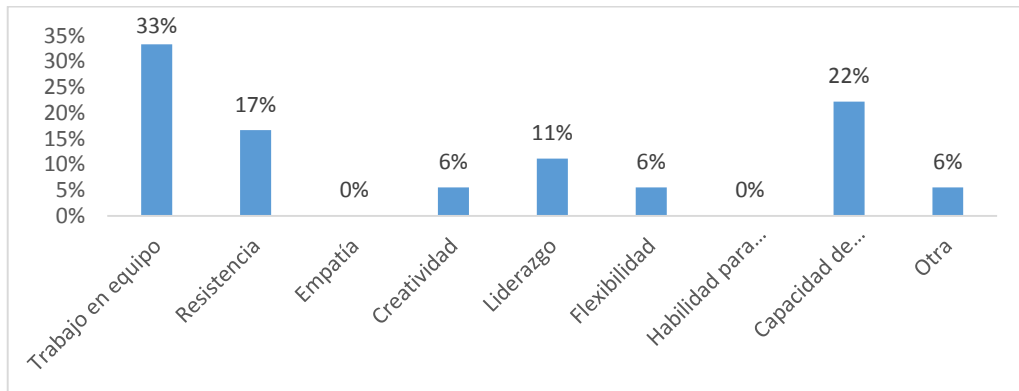


Figura 14. Competencias importantes

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Como se evidencia, el 33% de artesanos (6) a partir de sus experiencias creen que la competencia más importante a la hora de crear una empresa o emprendimiento es la capacidad de trabajar en equipo, esto más evidencia en empresas con más de 2 trabajadores, de igual manera se pone a la luz en la forma de apoyo mutuo entre todos los miembros del Gremio; seguidamente se encuentra la competencia de capacidad de negociación con un 22% (4), esto principalmente se da en los emprendimientos del sector comercial; la resistencia ante la adversidad también es un buen porcentaje de personas que piensas tienen esta competencia, la cual se ve evidencia en la actualidad pese a la situación económica no desmayan sus propietarios en salir adelante.

3.3.15 Razones para iniciar un emprendimiento

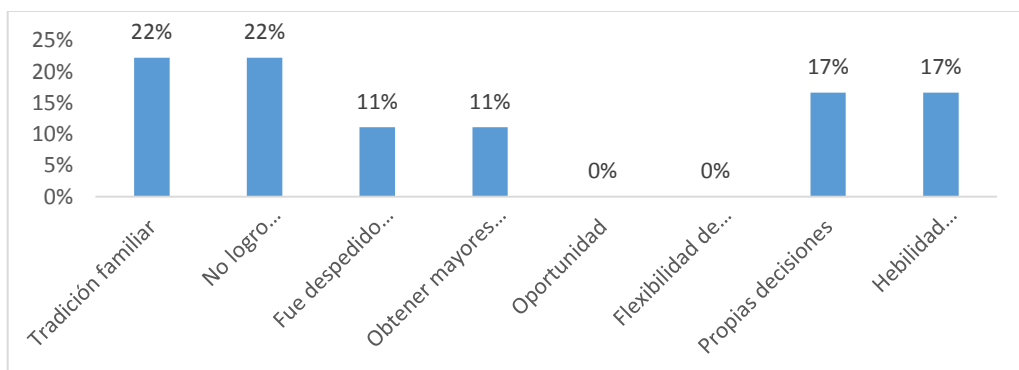


Figura 15. Razones para iniciar emprendimiento

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

De acuerdo a la gráfica, se aprecia que existe un igualdad (22%) (8 en total) entre personas que como razón principalmente opinan que iniciaron su emprendimiento por tradición familiar

y quienes no lograban encontrar un trabajo estable por lo que decidieron emprender; de igual manera existe igualdad (17%) (6 en total) entre quienes piensan que la razón principal del inicio de su emprendimiento fue la toma de decisiones y por alguna habilidad que lograron identificar; y finalmente se encuentran los artesanos que representan al 11% (4 en total) de quienes fueron despedidos de su anterior trabajo y quienes pretendían obtener mayores ingresos económicos.

3.3.16 Acogida del emprendimiento

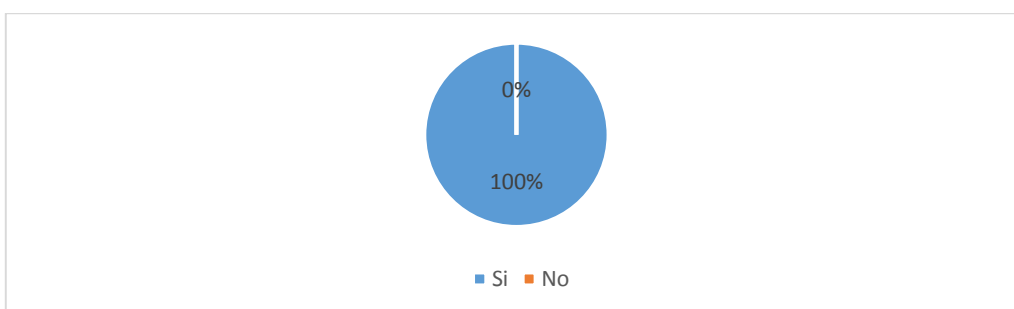


Figura 16. Acogida del emprendimiento
 Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
 Elaborado por: Andrés Celi

Como se evidencia en la gráfica, la totalidad de personas, al tenido acogida en su familia el emprendimiento que llevan a cabo, ha sido de gran apoyo las mismas para tener confianza en seguir con su proyecto.

3.3.17 Productos que ofrece

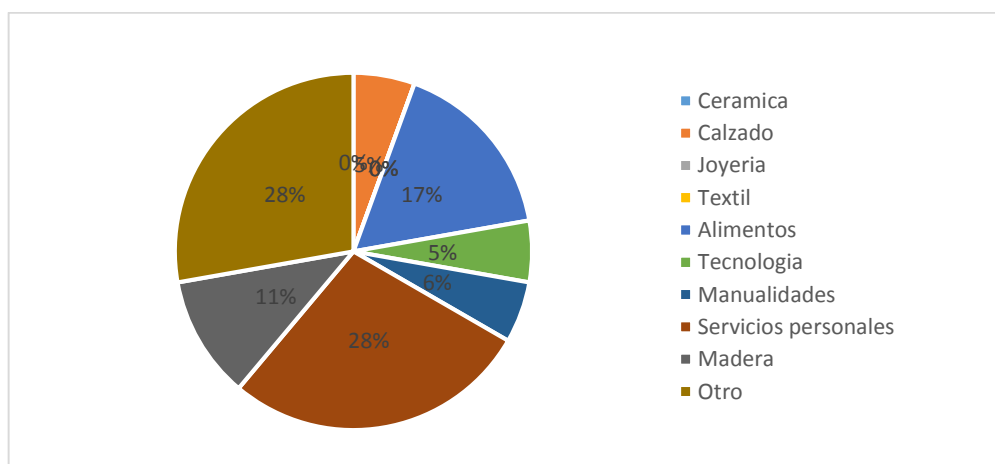


Figura 17. Productos que ofrecen
 Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
 Elaborado por: Andrés Celi

Como se puede observar, existe un considerable porcentaje de personas que dedican sus emprendimientos a la prestación de servicios personales; entre ellos se encuentra servicios mecánico y eléctrico principalmente, y de personas que se dedican a otros servicios como pintura, mano de obra, venta de repuestos y electromecánica, en ambos casos representan al 28% cada uno; seguido se encuentra proyectos dedicados al sector alimenticios con un 17%, y con un 11% representante de las personas que dedican sus labores a trabajos de madera, especialmente elaboración de muebles para el hogar.

3.3.18 Ingresos mensuales

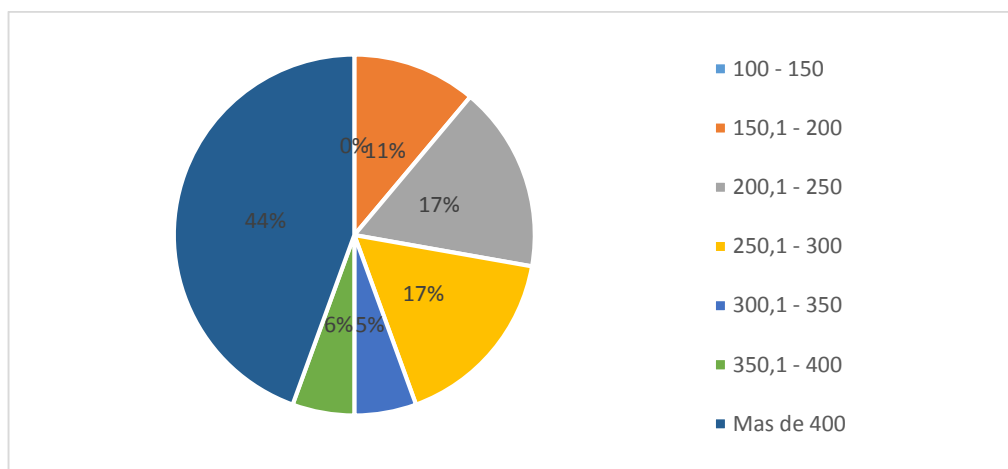


Figura 18. Ingresos mensuales
 Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
 Elaborado por: Andrés Celi

Como se evidencia, existe 8 artesanos cuyos ingresos se encuentran por encima de \$400, esto como consecuencia que tienen un sistema de comercialización definido, seguido se encuentra con un 17% (3) los artesanos que perciben entre \$250,1 y 300, se debe aclarar que son principalmente propietarios de emprendimientos nuevos que se encuentran en fase de crecimiento y consolidación, de igual manera existe un 17% (3 artesanos) de quienes perciben ingresos entre \$200,1 y 250 de igual manera se considera emprendimientos en fase de formación, se debe recalcar que existe un bajo 5% (2) de personas que perciben ingresos entre \$150,1 y 200, esto principalmente en emprendimientos dedicados a la artesanía.

3.3.19 Número de trabajadores

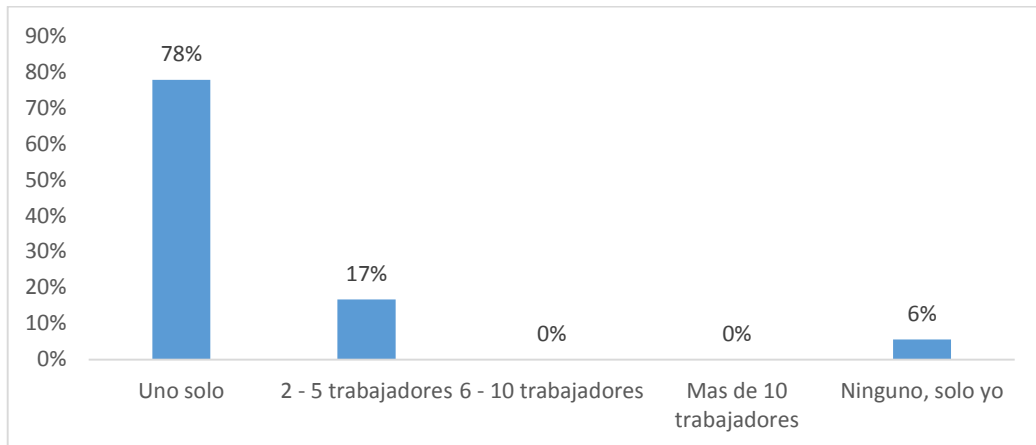


Figura 19. Número de trabajadores

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

En lo referente al número de trabajadores que laboran en cada emprendimiento, existe un gran diferencia (78%) (14 artesanos) quienes solo tienen un trabajador, es decir, el dueño y un operario más; seguido se encuentra quienes tienen entre 2 y 5 trabajadores, teniendo en cuenta que la mayoría posee dos trabajadores en lo referente a emprendimiento más amplio, como por ejemplo una mecánica automotriz; y existe un 6% en donde el dueño del emprendimiento es el mismo y único trabajador.

3.3.20 Certificaciones

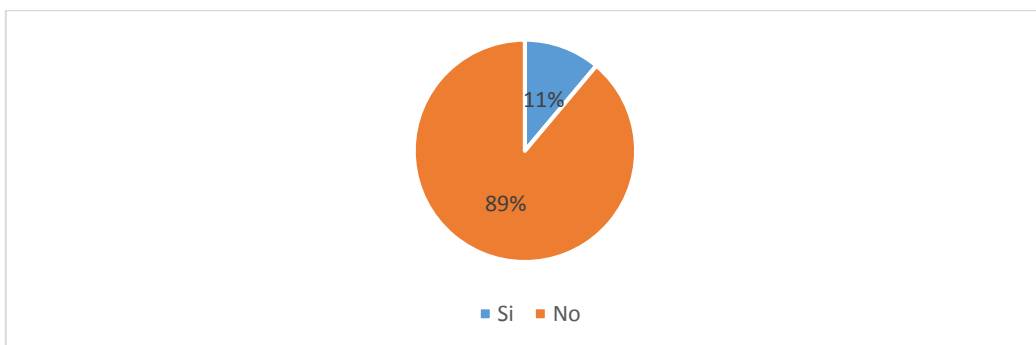


Figura 20. Certificaciones

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

En la presente grafica se aprecia que existe una abismal diferencia entre quienes tienen certificación en sus emprendimientos y quienes no, el 11% (2) de los emprendimientos que tienen la misma son únicamente de emprendimientos alimenticios, siendo las mismas certificaciones provenientes del Ministerio de Salud Pública.

3.3.21 Condiciones económicas

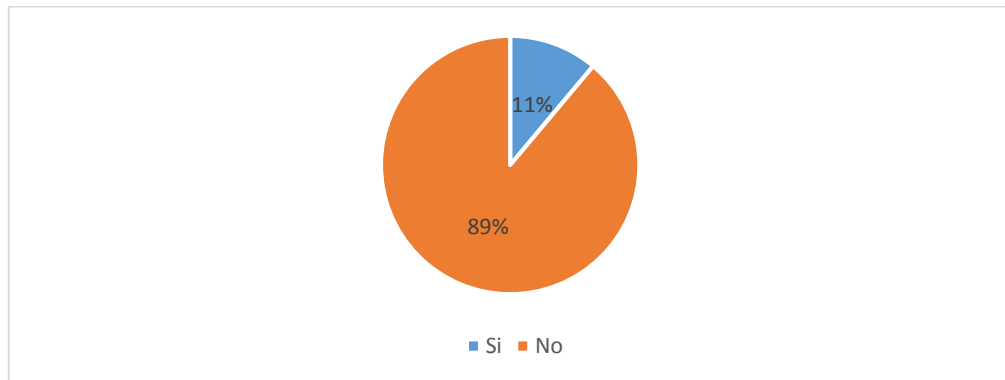


Figura 21. Condiciones económicas

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Existe 16 artesanos de un total de 18 que consideran que las condiciones económicas sociales y mucho más políticas del entorno geográfico no eran favorables para la creación de una empresa, pero sin embargo decidieron emprender en busca de mejores días.

3.3.22 Estructura de costos

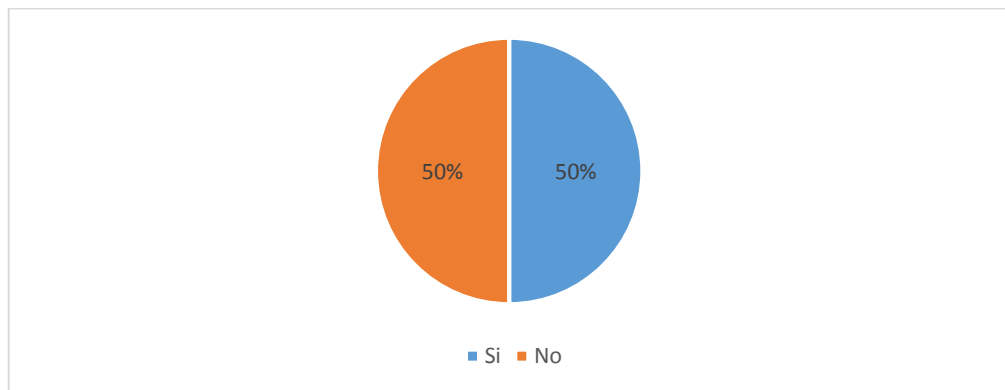


Figura 22. Estructura de costos

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Según la gráfica, se evidencia una igualdad entre los artesanos que tienen una estructura de costos definida y quienes no; lo cual entre quienes no la tienen es un tanto preocupante ya que no conocen sus ingresos y egresos, llevando a cabo un emprendimiento no planificado.

3.3.23 Sistema de comercialización

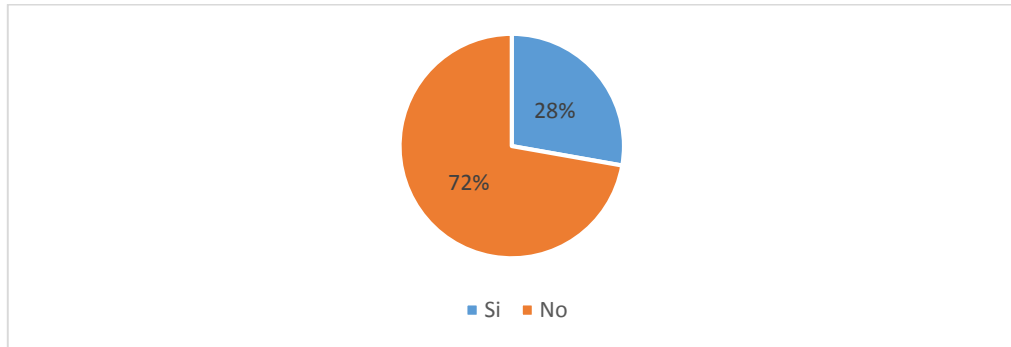


Figura 23. Sistema de comercialización

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora

Elaborado por: Andrés Celi

En cuanto se refiere al sistema de comercialización se evidencia que 13 de cada 18 artesanos no cuentan con las vías de comercialización plenamente definida, es decir, no cuentan con clientes fijos para la expansión de sus productos.

3.3.24 Modelo de negocio

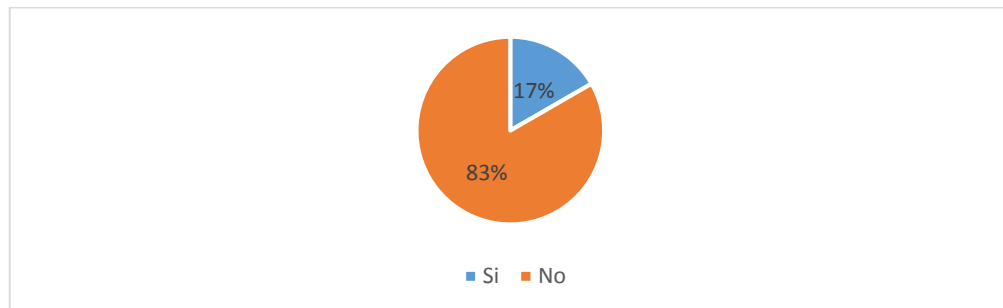


Figura 24. Modelo de negocio

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora

Elaborado por: Andrés Celi

En lo referente a un modelo de negocio es mucho más preocupante ya que el 83% (15 artesanos) no lo dispone actualmente, es decir no pueden definir con claridad que productos ofrecen, a quien van a vender y como lo van hacer.

3.3.25 Plan de crecimiento

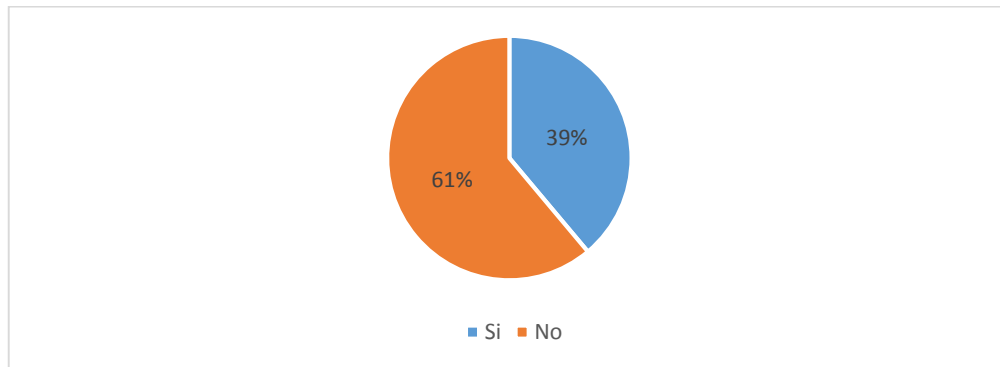


Figura 25. Plan de crecimiento

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora

Elaborado por: Andrés Celi

En lo que se refiere a tener definido un plan de crecimiento existe un bajo 39% (tan solo 7 personas) que lo tienen plenamente estructurado y conocen en base a estadísticas y datos reales donde se puede encontrar su empresa dentro de corto y largo plazo.

3.3.26 Idea de negocio

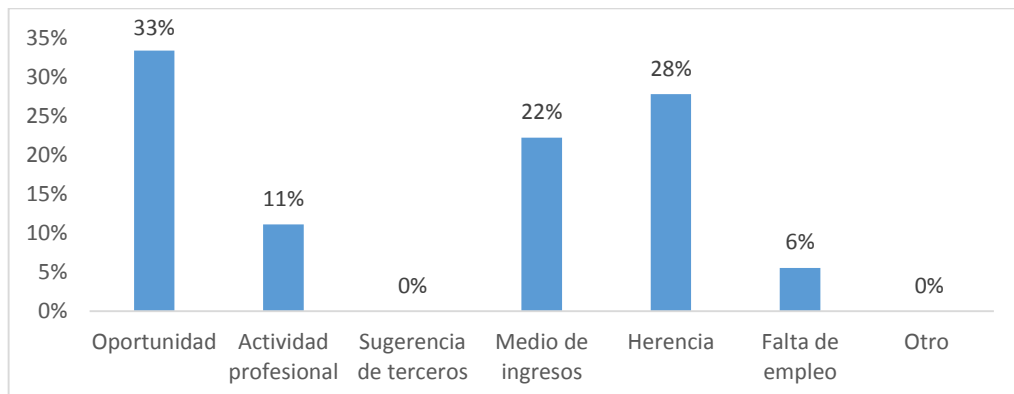


Figura 26. Idea de negocio

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora

Elaborado por: Andrés Celi

Según se aprecia en la gráfica, 6 de cada 18 personas consideran que su idea de negocio es producto de una oportunidad detectada, consideran que sus habilidades les llevaron a emprender en su negocio, mientras que un 28% (5 personas) considera que vienen de una tradición familiar, su negocio es herencia, además existe un 22% (4 personas) que considera que su idea es un medio de ingresos, y un 11% (2 personas) su negocio es resultante de su actividad profesional, este porcentaje refleja que muy pocos artesanos poseen un título profesional.

3.3.27 Clientes principales

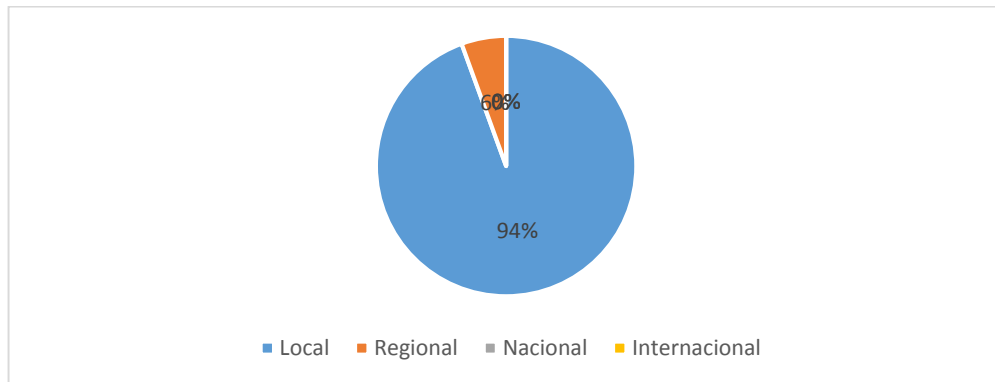


Figura 27. Clientes principales

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

En base a la gráfica obtenida se observa que los clientes potenciales de cada uno de los emprendimientos es principalmente local, es decir sus productos y servicios son únicamente de consumo dentro de la ciudad de Zamora, sin embargo se destaca un pequeño 6% de quienes han logrado expandir su mercado hacia la región donde se desarrollan, siendo esta la ciudad de Loja y Yantzaza por su cercanía.

3.3.28 Monto de inversión

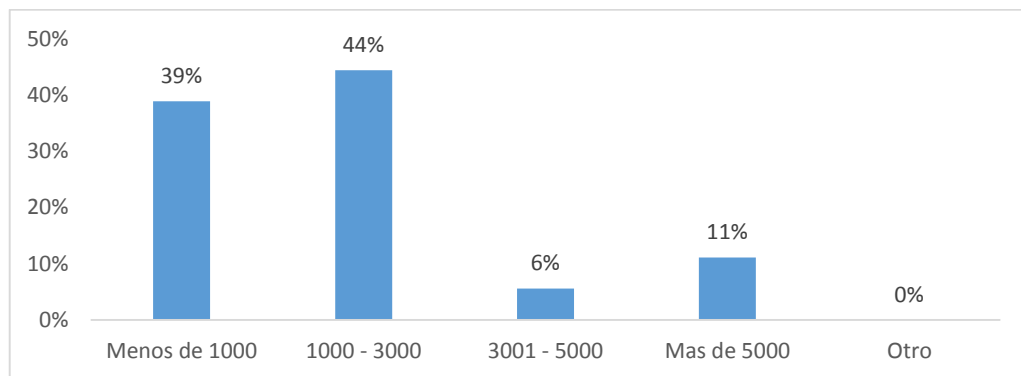


Figura 28. Monto de inversión

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Como se observa, 8 de cada 18 artesanos (44%) su monto de inversión se encuentra entre \$ 1000 y 3000, esto principalmente en emprendimientos dedicados a la carpintería y pintura, mientras que el 39% (7 artesanos) tienen un monto menos de 1000, los mismos que se dedican a la producción de artesanías; y finalmente un 11% (2 artesanos) que su monto está en más de \$5000, este monto es dedicado a emprendimiento de mecánica automotriz.

3.3.29 Financiamiento

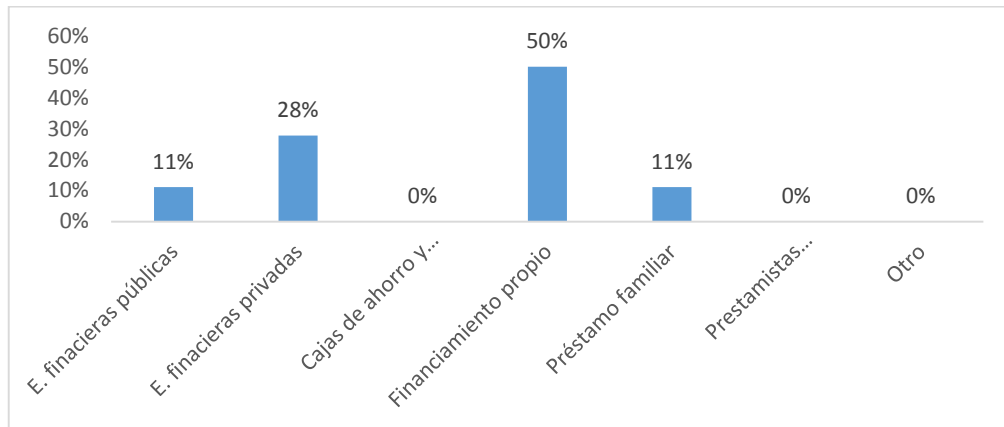


Figura 29. Financiamiento

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Como se evidencia, existe la mitad de los artesanos (50%) quienes con su propio recursos económicos han financiado sus emprendimientos, seguido de un 28% en donde las entidades financieras privadas han apoyado mediante créditos a las personas emprendedoras, y finalmente con un 11% las entidades financieras públicas apoyan a los nuevos emprendimientos, considerando a la CFN como la principal institución de apoyo, y de igual manera los préstamos familiares son otra forma de financiar los negocios.

3.3.30 Apoyo de instituciones



Figura 30. Apoyo de instituciones

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

En lo concerniente a la prestación de apoyo por parte de instituciones públicas o privadas existe el 94% que no la recibe, con lo cual se pone a la luz que las entidades públicas que son las llamadas a brindar apoyo a través de ferias de emprendimiento, capacitaciones, créditos no lo están realizando.

3.3.31 Rentabilidad

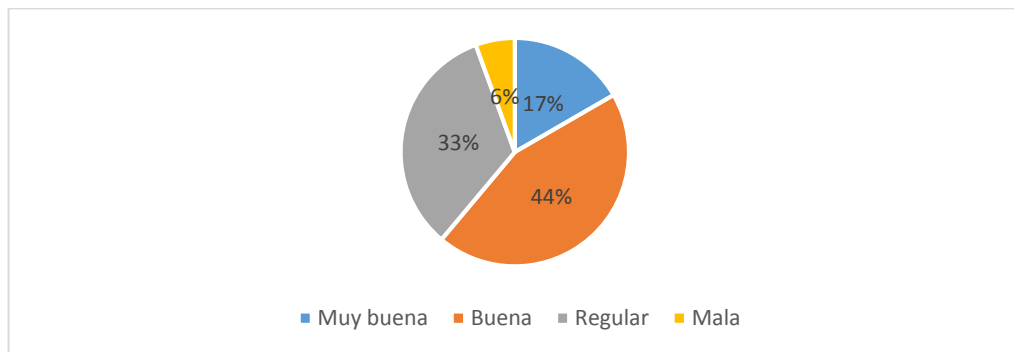


Figura 31. Rentabilidad

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

En lo referente a la rentabilidad existe 8 de cada 18 artesanos que consideran que es buena, cubre con las expectativas de sus propietarios y se convierte en una entrada económica, mientras que el 33% (6 artesanos) considera que es regular, les permite cubrir con los gastos de inversión y tan solo una pequeña cantidad de dinero quedaría como ganancia; y tan solo un 6% lo considera como mala, es decir, no supera las expectativas de sus propietarios, esto se puede dar ya que sus emprendimientos se encuentra en proceso de consolidación o están por cerrar.

3.3.32 Ganancia

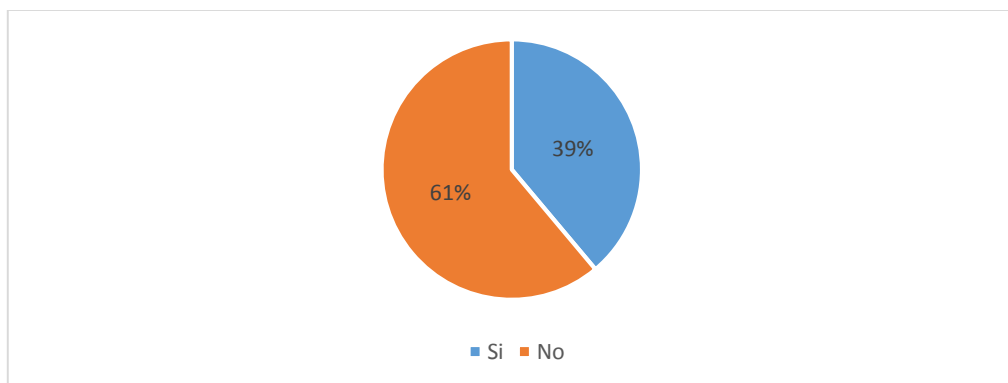


Figura 32. Ganancia

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

En lo referente a la ganancia supera los costos de inversión, existe un 61% que han logrado obtener mayores ingresos, lo cual es satisfactoria para sus propietarios y se evidencia que las

cosas se están realizando de la manera correcta, los emprendimientos son visto de buena manera y sus clientes continúan consumiendo, teniendo en cuenta que se desarrollan en un mercado local.

3.3.33 Motivaciones

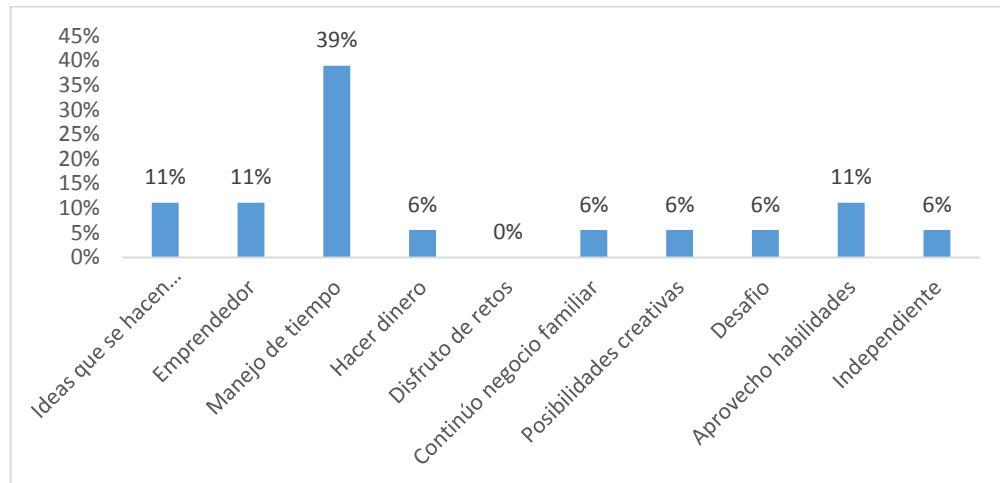


Figura 33. Motivaciones

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora

Elaborado por: Andrés Celi

En cuanto se refiere a las motivaciones para decidirse emprender, se encuentra un 39% (7 de cada 18 artesanos) que considera que el manejo de su propio tiempo llevo a decidirse ser su propio jefe, existe una igualdad del 11% que considera como principal motivación el llevar a la realidad la ideas que tiene, así como tener un espíritu emprendedor, y aprovechar las habilidades que poseen; de igual manera existe un 6% que considera el continuar con un negocio familiar le resulta más factible para generar ingresos económicos.

3.3.34 Características de liderazgo

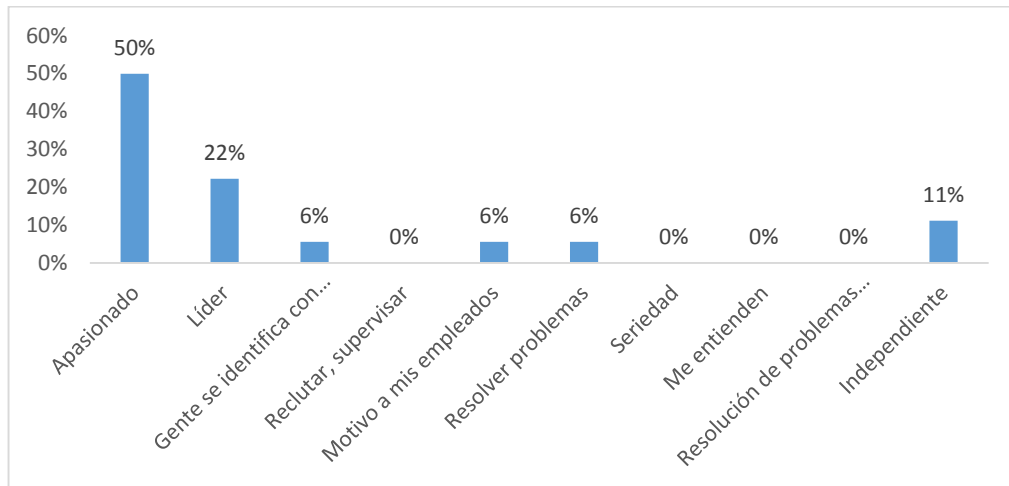


Figura 34. Características de liderazgo

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora

Elaborado por: Andrés Celi

De acuerdo a la gráfica se evidencia un 50% que consideran como característica principal de liderazgo ser apasionado con lo que hacen, dedicarse por completo y realizar con dedicación sus labores, también existe 4 de cada 18 artesanos que consideran que el liderazgo es parte fundamental para llevar a cabo un trabajo, cabe recalcar que esta característica se da en negocios donde existe al menos dos trabajadores, el ser independiente es otra característica fundamental, y finalmente motivar a los empleados, revolver los problemas de manera correcta son parte esencial para mantener y consolidar un emprendimiento.

3.3.35 Riesgo a emprender

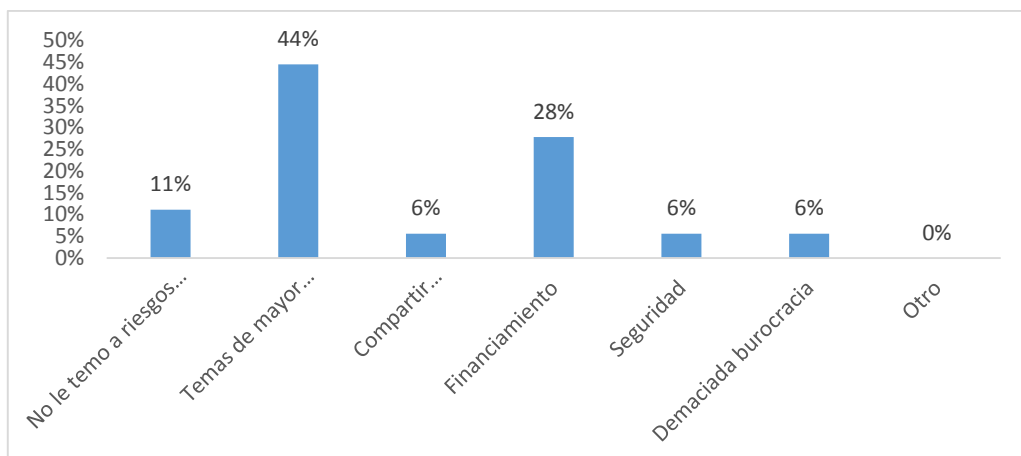


Figura 35. Riesgo a emprender

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora

Elaborado por: Andrés Celi

Como se aprecia en la gráfica existe un 44% de personas (8 artesanos) que considera que su mayor temor es emprender en algo que no tiene experiencia ni conocimiento, por lo que se mantiene con su actual idea de negocio, mientras que 5 de cada 18 artesanos consideran que el financiamiento es el principal temor que han identificado al momento de iniciar con un emprendimiento, un 11% (2 artesanos) es mucho más arriesgado y optimista puesto que no le teme a riesgos especialmente incurrir en préstamos bancarios.

3.3.36 Emprendimiento consolidado

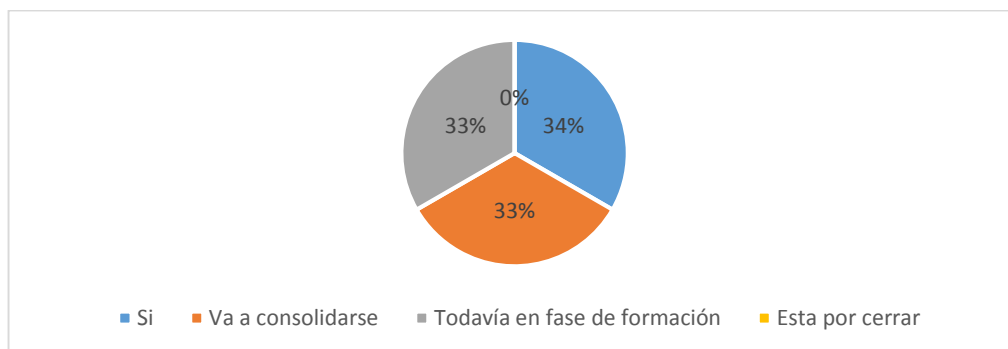


Figura 36. Emprendimiento consolidado

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

En cuanto a la consolidación del emprendimiento, un 34% ya se encuentra consolidado, tiene plenamente definida su estructura organizativa, la forma en cómo va a vender su producto y un mercado determinado ya establecido, mientras que el 33% está camino a consolidarse, si bien tiene mucho en que mejorar, ya tienen un mercado hacia donde destinar su producto, faltaría por mejorar aspectos como un modelo de negocio y plan de crecimiento, y finalmente el 33% está en fase de formación, es decir son emprendimientos relativamente nuevos.

3.3.37 Crecimiento emprendimiento

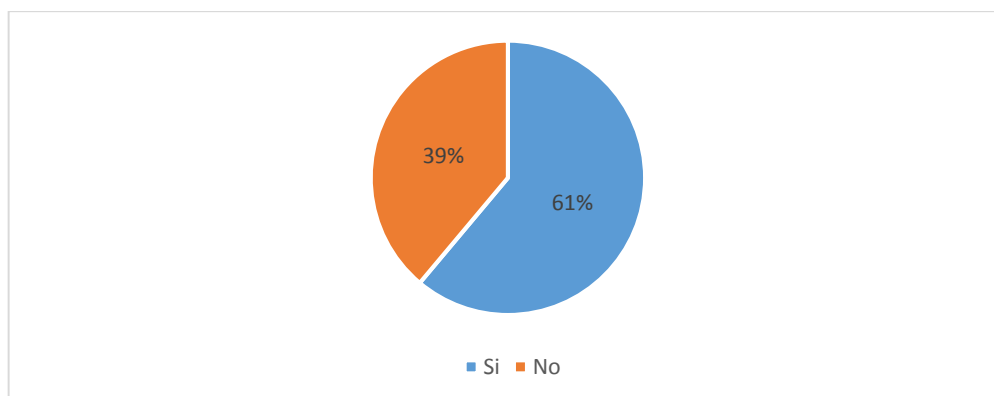


Figura 37. Crecimiento emprendimiento

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Como se observa en la gráfica, el 61% de artesanos creen que su emprendimiento va a crecer durante el presente año, esto debido a que mucho de ellos ya tienen consolidado o en proceso de consolidación su emprendimiento, y el restante 39% debido a condiciones económicas creen que su emprendimiento no crecerá, mas no se encuentra en peligro de desaparecer.

3.3.38 Aspectos crecimiento emprendimiento

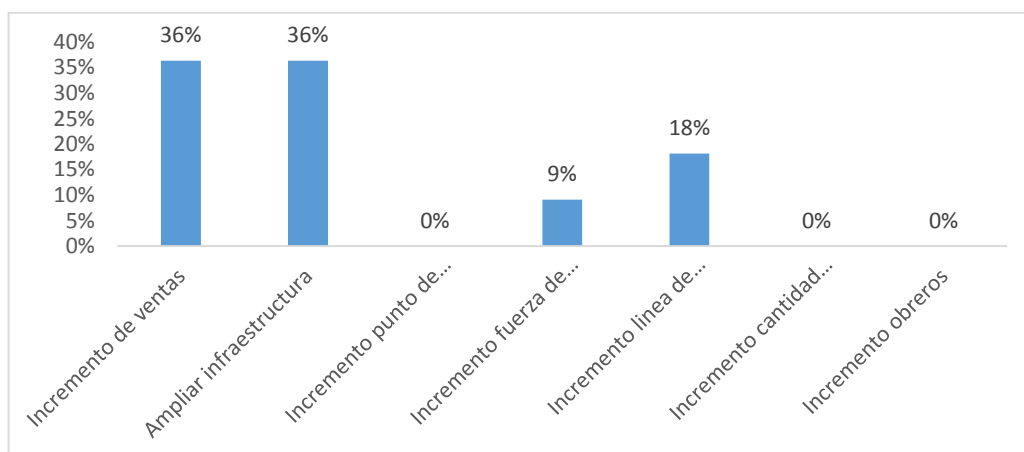


Figura 38. Aspectos crecimiento emprendimiento

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

Como se puede observar en la gráfica, existe una igualdad (36%) de artesanos (8 en total) que consideran que el incremento de ventas y la ampliación de infraestructura permitirá el crecimiento de su emprendimiento, de igual manera un 18% considera que el incremento de líneas de productos ayudará a expandir su negocio.

3.3.39 Satisfacción como emprendedor

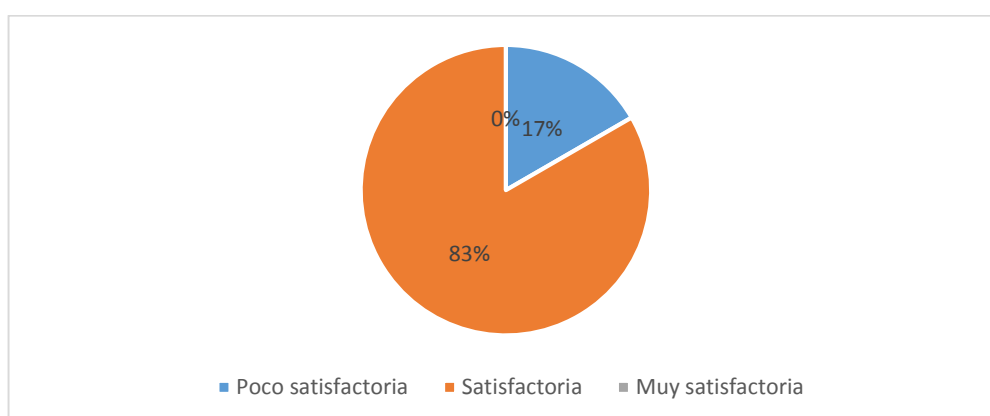


Figura 39. Satisfacción como emprendedor

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

En lo referente, a la satisfacción como emprendedor las personas se encuentran casi en su totalidad satisfecho, están contentos con su desempeño, con lo que hacen se identifican plenamente y dedican su mejor esfuerzo y capacidad a ello.

3.3.40 Satisfacción grupo familiar

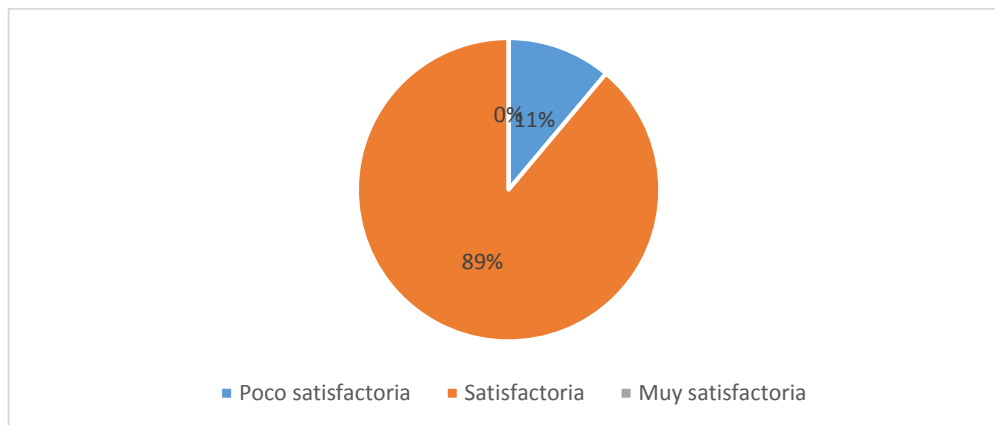


Figura 40. Satisfacción grupo familiar

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

La satisfacción del grupo familiar de los artesanos se encuentra en un 89%, el cual tiene relación con el apoyo que reciben de parte de su núcleo familiar.

3.3.41 Satisfacción situación económica

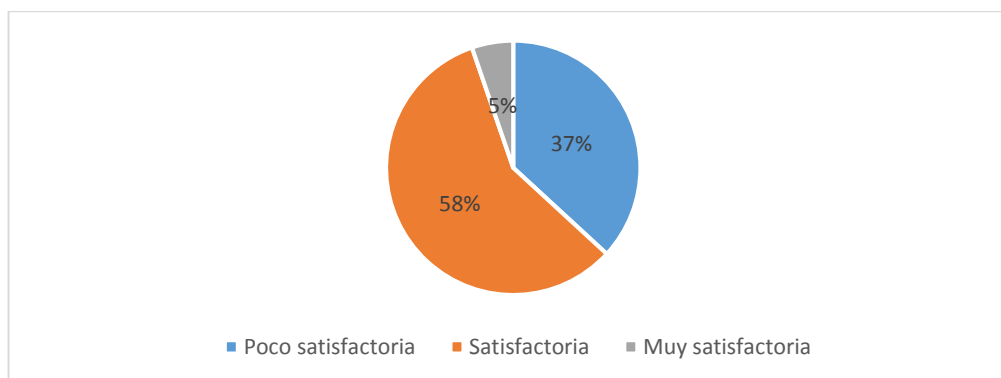


Figura 41. Satisfacción situación económica

Fuente: Encuestas aplicadas a artesanos Gremio de Mecánicos Afines de Zamora
Elaborado por: Andrés Celi

En lo referente a satisfacción de la situación económica, 11 de cada 18 artesanos se encuentran satisfechos con los ingresos que perciben, 7 de cada 18 artesanos consideran poco satisfactoria pues los ingresos económicos no permiten solventar sus gastos, y finalmente un mínimo 5% considera muy satisfactoria, las razones de esta opinión puede ser que se encuentran sus emprendimientos consolidados y sin riesgos a desaparecer.

3.4 Perfil del emprendedor artesanal del cantón Zamora

En base a los resultados obtenidos, se aprecia que la edad de los artesanos en su mayoría se encuentra entre 42 y 59 años. En cuanto al género existe una gran preminencia del género masculino que representa el 94%; por otra parte la totalidad de encuestados pertenecen al Gremio de Mecánicos Afines de la ciudad de Zamora aclarando que no solo son personas dedicadas a la actividad relacionada con mecánica automotriz, existe artesanos dedicados a la carpintería, electricidad, pintura e inclusive a la producción alimentaria.

Definido el perfil de los artesanos encuestados se exponen las siguientes conclusiones:

- En cuanto al nivel de estudio de los artesanos, estos poseen instrucción que no va más allá de la formación secundaria, sin embargo se debe destacar el interés de estas personas por capacitarse en el campo en el que se desenvuelven, por ello un 44% ha recibido una formación artesanal relacionada a su emprendimiento.
- Se observan debilidades en cuanto a la formación para crear una empresa, los artesanos no han recibido una formación especializada que les permita constituir una empresa basada en criterios técnicos. Señalan con su respuesta la necesidad de incrementar programas específicos respecto a los emprendimientos, con lo que se disminuye el cometimiento de errores durante el desarrollo del mismo.
- Se determina que las personas que actualmente llevan a cabo un emprendimiento, son personas cuyo trabajo previo era en la mayoría de casos informal (22%), muchos de ellos se encontraban desempleados y en menor número eran empleados públicos, privados, independientes y jubilados, lo cual evidencia en todos los casos que ninguno era dueño de su lugar de trabajo, siendo la principal causa para decidir abandonar estas actividades, los escasos ingresos recibidos y la insatisfacción de realización como persona y como profesional.
- Con relación al manejo de un emprendimiento previo, existe gran cantidad de artesanos que ya han tenido alguno y, el mismo se encuentra en funcionamiento, aclarando que si bien ya tienen cierta experiencia no cuentan con los suficientes conocimientos referente a estructura de costos, sistema de comercialización, modelo de negocio y plan de crecimiento, con lo que queda definido que son emprendimientos desarrollados de manera empírica.
- Los artesanos manifiestan tener ciertas competencias importantes, entre ellas: el trabajo en equipo, es la más sobresaliente (33%), la capacidad de negociación, resistencia ante la adversidad, creatividad, liderazgo y flexibilidad; las mismas que les permite permanecer en el mercado con miras a un crecimiento a corto plazo.

- Se determina que las principales razones para emprender son principalmente una tradición familiar, es decir, el emprendimiento fue heredado, de igual manera se encuentra que, al no lograr encontrar un trabajo que satisfaga sus necesidades consideraron aprovechar sus habilidades para empezar un nuevo negocio; otras razones son: que en algunos casos fueron despedidos de sus anteriores trabajos y la posibilidad de obtener nuevos y mejores ingresos económicos.
- Los artesanos dedican sus emprendimientos principalmente a la prestación de servicios personales (mecánica y electricidad) (28%), seguido de servicios de pintura, venta de repuestos automotrices, trabajos en madera (fabricación de muebles para el hogar) y en una mínima cantidad emprendimientos dedicados a la producción alimenticia, destacando en todos los casos, que los emprendimientos son aceptados dentro de su núcleo familiar.
- Se establece que el monto de ingresos mensuales oscilan en su promedio entre 200 y 400 dólares, sin embargo en emprendimientos de mecánica y electricidad sobrepasan los \$400, considerando que la gran mayoría solo dispone de un solo trabajador adicional en su negocio.
- En cuanto al monto de inversión, el promedio se encuentra entre \$1000 y \$3000, siendo la principal fuente de financiamiento los propios recursos económicos. Un aspecto a considerar es el poco apoyo por parte de instituciones financieras públicas, por lo que muchas veces tienen los artesanos que acudir a prestamistas informales para llevar a cabo su emprendimiento.
- De acuerdo con los datos recabados, en términos de rentabilidad se establece que la misma es aceptable, así lo consideran el... de los emprendedores entrevistados por lo que se entiende que las ganancias superan a los costos de inversión realizados; no obstante en la mayoría de los casos aspiran a mejorar su rentabilidad puesto que sus emprendimientos ya se encuentran consolidados o en proceso de consolidación, en este último caso se basan en el incremento de ventas y ampliación de infraestructura, lo cual les permitirá crecer como emprendimiento.
- Se determina que las principales motivaciones para emprender son, entre otras, manejar el tiempo a su conveniencia, ya que son sus propios jefes y la toma de decisiones la realizan por sí solos, el hacer realidad las ideas, poner en marcha el espíritu emprendedor, aprovechar las habilidades innatas y buscar nuevos ingresos económicos son otras motivaciones con las cuales se identifican los artesanos; motivaciones que se complementan con las características personales como ser apasionado con lo que hacen, ser líder e independiente a la hora de llevar a cabo su idea de negocio.

CONCLUSIONES

Concluida la investigación, se formulan las siguientes conclusiones:

- El perfil del emprendedor de la ciudad de Zamora, ha sido analizado en base a factores relacionados al interés de emprender, en todos los casos se ha identificado características similares, se destaca que la principal motivación para emprender es el manejo del tiempo según su conveniencia, la característica de liderazgo que los identifica es el ser apasionados con la actividad que desarrollan y las principales competencias que poseen son trabajo en equipo, capacidad de negociación y liderazgo.
- En lo referente al apoyo recibido por parte de instituciones públicas ésta es reducida, por lo que los emprendedores se ven obligados a buscar otros medios de financiamiento, como por ejemplo el financiamiento con sus propios recursos o proveniente de instituciones privadas.
- Se evidenció que los artesanos cuentan con las intenciones y habilidades para llevar a cabo un emprendimiento, sin embargo el riesgo que conlleva un endeudamiento crea ciertas limitaciones al momento de intentar expandir su negocio, considerando en todos los casos que su clientela es netamente local.
- El diagnóstico del instrumento aplicado muestra que los artesanos identifican a su emprendimiento como mecanismo para su desarrollo personal y económico. Su visión está orientada a expandir sus ventas y maximizar la rentabilidad a un mercado regional y nacional, actualmente tan solo un 6% destinada sus ventas a nivel regional, principalmente las ciudades de Loja y Yantzaza por su cercanía.
- En lo concerniente a los ingresos percibidos, el mismo se encuentra en un promedio de \$200 a \$400, sin embargo existen artesanos que perciben más de \$400, esto se da principalmente en emprendimientos de mecánica automotriz, un aspecto a considerar en este caso es que los propietarios de dichos emprendimientos son personas que han

recibido formación superior, por lo tanto se deduce que tienen mayor conocimiento en el sector que se desenvuelven y cierto grado de capacitación que marca la diferencia.

BIBLIOGRAFÍA

- AEI. (n.d.). ¿Quiénes Somos? AEI. Recuperado de <http://www.aei.ec/quienes-somos/>
- ASEMPEC. (2018). ASEMPEC Asociación de Emprendedores Ecuatorianos. Recuperado de <https://ec.linkedin.com/company/Asociación-de-emprendedores-ecuatorianos-empec>
- Banco del Pacífico. (2019). Banco del Pacífico. Recuperado de <https://www.bancodelpacifico.com>
- Banco Pichincha. (2019). Banco Pichincha Crédito. Recuperado de <https://www.pichincha.com/portal/Principal/Personas/Creditos>
- Bargsted, M. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial, *13(25)*, 121–132. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v13n25/v13n25a09.pdf>
- Bello, J. R. (2006). La preparación emprendedora y la formación de graduados universitarios. *Cuadernos Unimetanos*, (8), 2–9.
- Braidot, N., Cesar, R., & González, V. (2014). Competencias emprendedoras en la formación de ingenieros , un desafío necesario. *Segundo Congreso Argentino de Ingeniería 2014*. Ed. CONFEDI, San Miguel de Tucumán, Tucumán, Argentina., (January 2015). <http://doi.org/10.13140/2.1.3197.2168>
- Biología. (2015). Un ejemplo de emprendimiento en San Cristóbal. Recuperado de Un ejemplo de emprendimiento en San Cristóbal: <http://insulargalapagos.blogia.com/2015/041401-un-ejemplo-de-emprendimiento-en-sancristobal.php>
- Bunge, M. (2013). *La investigación científica*. México DF-México: Siglo XXI editores.
- CFN. (2018). CFN - Corporación Financiera Nacional. Recuperado de <https://www.cfn.fin.ec>
- CONQUITO. (2016). CONQUITO Agencia de producción económica. Recuperado de CONQUITO Agencia de producción económica: <http://www.conquito.org.ec/charla-gratuita-para-conocer-la-experiencia-exitosa-dechocolates-pacari/>
- Cordero, J., Astudillo, S., Carpio, X., Delgado, J., & Amón, O. (2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Maskana*, 2(2), 27–37.
- Cronista. (2012). Proyectos artesanales, negocios rentables. Recuperado de <https://www.cronista.com/pyme/Proyectos-artesanales-negocios-rentables-20120517->

0011.html

- Diseño en Ecuador. (2014). Ileana Miranda/su emprendimiento pisa fuerte, pero pisa con clase. Recuperado de Ileana Miranda/su emprendimiento pisa fuerte, pero pisa con clase: <https://www.haremoshistoria.net/noticias/ileana-miranda-suemprendimiento-pisa-fuerte-pero-pisa-con-clase>
- Ecoamazónico. (2016). Joven de Puyo crea aplicación para informar sobre los sismos en Ecuador. Recuperado de Joven de Puyo crea aplicación para informar sobre los sismos en Ecuador: <https://ecoamazonico.com/joven-de-puyo-creaaplicacion-para-estar-informados-de-los-sismos-en-ecuador>
- El emprendedor. (2017). El miedo no detiene a Fulgore. Recuperado de El miedo no detiene a Fulgore: <http://www.elemprendedor.ec/el-miedo-no-detienea-fulgore/>
- Emprendec. (n.d.). Emprendec. Recuperado de <https://www.emprendec.com>
- Filion, J. y Gilles R. (1996): Documento didáctico. Escuela de Altos Estudios Comerciales (HEC). Canadá: Librería universitaria Copec.
- Formichella M. (2004). EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACION, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL., 1439(1033).
- GAD Municipal de Zamora. (n.d.). GADM del Cantón Zamora. Recuperado de http://www.comaga.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=92:gadm-del-canton-zamora&catid=24:municipios&Itemid=101
- GAD Municipal Zamora. (2018). Nuestro Cantón. Recuperado de <http://www.zamora.gob.ec/index.php/ciudad/nuestro-canton>
- GEM, C. (2017). Global Entrepreneurship Monitor-Ecuador 2017, 80.
- Gessa, A., & Toledano, N. (2011). TURISMO, EMPRENDIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD EN LOS ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS El caso de Andalucía - España. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 20, 1154–1174.
- IQ Latino. (2017). Los usos del dinero electrónico para la innovación y el desarrollo. Recuperado de Los usos del dinero electrónico para la innovación y el desarrollo: <https://iqlatino.org/2017/los-usos-del-dinero-electronico-la-innovacion-desarrollo/>
- JNDA. (n.d.). JNDA Ecuador. Recuperado de <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/>
- La Hora. (2011). La Hora Lo que necesitas saber. Recuperado de Crean industria láctea: <https://lahora.com.ec/noticia/1101177685/crean-industria-lctea>

- La Hora. (2016). Plaza Matilde para los artesanos. Recuperado de <https://lahora.com.ec/noticia/1101953152/home>
- La Hora. (2018). Artesanos de Zamora contarán con feria de exposiciones. Recuperado de <https://lahora.com.ec/zamora/noticia/1102158899/artesanos-de-zamora-contaran-con-feria-de-exposiciones>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2017). Mipro iniciará incubadora de empresas. Recuperado de <https://www.industrias.gob.ec/mipro-iniciara-incubadora-de-empresas>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2018). Ministerio de Industrias fomenta cultura emprendedora en Loja y Zamora. Recuperado de <https://www.industrias.gob.ec/ministerio-de-industrias-fomenta-cultura-emprendedora-en-loja-y-zamora/>
- Municipio de Loja. (2018). Bolsa Global de Emprendimiento y Trabajo. Recuperado de <http://www.loja.gob.ec/category/departamentos/bolsa-global>
- Petit, E. (2007). La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico, 13. Recuperado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000300010&lng=es&nrm=iso&tlng=en
- Prendho. (2018). Prendho. Recuperado de <http://www.fedes.ec/index.php?page=prendho>
- Ramos, C. G., Campillo, A. M., & Gago, R. F. (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista Europea de Dirección y Economía de La Empresa*, 19(2), 31–47. <http://doi.org/ISSN1019-6838>
- Revista El Agro. (2018). Emprendimiento para jóvenes rurales. Recuperado de Emprendimiento para jóvenes rurales: https://issuu.com/revistalaotra/docs/el_agro_oct_254
- Revista Líderes. (2013). Lo artesanal es lo preferido del negocio. Recuperado de <https://www.revistalideres.ec/lideres/artesanal-preferido-negocio.html>
- Revista Líderes. (2015). Le gusta asumir riesgos y encontrar negocios. Recuperado el de Le gusta asumir riesgos y encontrar negocios: <https://www.revistalideres.ec/lideres/emprendimientos-agrupan-espacio-comidagasplaza.html>
- Revista Líderes. (2018). Tres de cada diez ecuatorianos adultos son emprendedores. Recuperado de <https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuatorianos-adultos->

emprendedores-estudio-ecuador.html

Revista Líderes. (2018). Zapatos que combinan la moda con detalles étnicos. Recuperado de Zapatos que combinan la moda con detalles étnicos:

<https://www.revistalideres.ec/lideres/zapatos-moda-etnicos-ecuador-intercultural.html>

Riba, A. (2015). Emprendimiento artesanal, industrial o financiero. 2015. Recuperado de <http://albertriba.com/emprendimiento-artesanal-industrial-o-financiero/>

Sancho, F. (2010). La empresarialidad agrícola y rural: conceptos para modelar el desarrollo. *Agronegocios*, 64–78. Recuperado de <http://repiica.iica.int/docs/B2025e/B2025e.pdf>

Schumpeter, J. 1942. Capitalismo, socialismo y democracia. Ed. Folio. Pág. 118-124.

Silva, L. (2014). *Cultura estadística e investigación científica*. Madrid-España: Diaz de Saltos.

Socioeco. (n.d.). Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, Ecuador (IEPS). Recuperado de http://www.socioeco.org/bdf_organisme-558_es.html

Stevenson, H. H. (2000). Why entrepreneurship has won. *Business*, 1–8.

Tamayo, M. (2012). *Metodología formal de la investigación científica*. México DF-México: Limusa.

TravelerBase. (2017). Emprendimientos Turísticos Napo - Ecuador. Recuperado de Emprendimientos Turísticos Napo - Ecuador: <https://www.travelerbase.com/index.php?proc=search&term=Emprendimientos%2520Tur%25C3%25ADsticos%2520Napo%2520-%2520Ecuador>

Vanessa Karina Duque Rengel. (2017). Nace el primer Instituto de la Cerveza en Ecuador. Recuperado de <https://noticias.utpl.edu.ec/nace-el-primer-instituto-de-la-cerveza-en-ecuador>

ANEXOS

ANÁLISIS DEL PERFIL EMPRENDEDOR ARTESANAL

DATOS GENERALES

1. Nombre del/la emprendedor/a: _____

2. Sexo : H () M ()

4. Ciudad donde opera su emprendimiento: _____

6. Asociación artesanal a la que pertenece: _____

7. Nombre del Mercado Artesanal en el que funciona el emprendimiento: _____

3. Edad: _____

5. Provincia: _____

No pertenece a ninguna: ()
No labora en mercado artesanal: ()

FORMACIÓN

8. Cuál es el nivel de estudios que ha terminado:

Primaria (Graduado escolar terminado): _____

Secundaria (Curso terminado): _____

Tecnología terminada: ()

Especialidad: _____

Año terminado (solo si no se graduó): _____

Universitario : año terminado (solo si no se graduó) : _____

Titulado: ()

Posgrado finalizado: ()

Especialidad: _____

Carrera en la que se graduó: _____

Formación artesanal finalizada: () _____

9. Dentro de sus estudios o de manera independiente ¿ha recibido formación sobre cómo crear una empresa?

No ()

Si, como parte de su carrera ()

Si, en un curso o programa específico independiente ()

10. ¿Ha recibido otra formación (gratuita o pagada) relacionada a cómo manejar su emprendimiento?

Si () No ()

11. ¿Ha recibido formación para la producción o generación del servicio principal de su emprendimiento?

Si () No ()

12. ¿Hace qué tiempo recibió esa formación?

- Dentro del último año
- Hasta hace 3 años antes
- Hace más de 3 años

SITUACIÓN LABORAL PREVIA

13. ¿Antes de arrancar con su emprendimiento cuál era su situación laboral?

- Buscaba su primer empleo
- Estaba desempleado
- Era empleado público
- Era empleado privado
- Estaba jubilado
- Era trabajador informal
- Tenía una empresa
- Trabajaba como profesional independiente
- Otro

14. ¿En qué sector productivo se desempeñaba?

- Producción
- Servicios (incluye servicios públicos)
- Comercial
- Artesanal

15. ¿Qué puesto ocupaba en su espacio laboral anterior?

- Dueño / accionista
- Gerente / Jefe / Administrador
- Empleado de mando medio
- Empleado operativo/asistente / obrero /jornalero etc.
- Trabajador ocasional
- Profesional independiente

16. ¿Se sentía realizado personal o profesionalmente en su anterior trabajo?

- Si No

EXPERIENCIA PREVIA COMO EMPRENDEDOR

17. ¿Tiene antecedentes de creación de empresas en su entorno familiar?

- Si No

Pase a la pregunta
19

18. ¿Ese emprendimiento familiar continúa funcionando?

Si () No ()

19. ¿Ha tenido usted un emprendimiento previo al actual?

Si () siga No ()

Pase a la pregunta
22

20. ¿Funciona actualmente ese emprendimiento?

Si () pase a la 22 No ()

Continúe

21. ¿Cuál fue la principal dificultad por la que tuvo que abandonar su anterior emprendimiento o negocio?

22. En general, y según tus experiencias, ¿qué competencias han sido más

importantes a la hora de crear su empresa/emprendimiento?

Capacidad de trabajo en equipo ()

Resistencia (resiliencia) ante la adversidad ()

Empatía con el mercado ()

Creatividad ()

Liderazgo ()

Flexibilidad/capacidad de adaptación ()

Habilidad para manejar las finanzas ()

Capacidad de negociación ()

Otra especifique :

23.Cuál fue la razón principal por la que inició su emprendimiento?

Tradicón familiar/herencia ()

No logró encontrar trabajo/salario ()

Fue despedido de un trabajo ()

Para obtener mayores ingresos ()

Encontró una oportunidad de mercado ()

Tiene mayor flexibilidad de tiempo ()

Toma sus propias decisiones o es su propio jefe ()

Por alguna habilidad específica ()

24. ¿Su iniciativa emprendedora actual tuvo buena acogida en su entorno familiar?

Si () No ()

¿Por qué?

**CARACTERÍSTICAS DEL
EMPRESARIADO**

25. ¿Qué tipo de productos/servicios ofrece en su emprendimiento actualmente?

- | | |
|----------------------|-----|
| Cerámica | () |
| Cuero y calzado | () |
| Joyería | () |
| Madera | () |
| Textil | () |
| Vitrofundición | () |
| Alimentos | () |
| Tecnología | () |
| Manualidades | () |
| Servicios personales | () |

Otro especifique: _____

26. ¿Cuál es el monto aproximado de ingresos mensuales que genera su emprendimiento?

- | | |
|---------------------|-----|
| 100 a 150,00 usd | () |
| 150,01 a 200,00 usd | () |
| 200,01 a 250,00 usd | () |
| 250,01 a 300,00 usd | () |
| 300,01 a 350,00 usd | () |
| 350,01 a 400,00 usd | () |
| Más de 400,00 usd | () |

27. Señale Ud. ¿Cuál es el número de trabajadores con el que cuenta actualmente su local?

- | | |
|----------------------------|-----|
| Un solo trabajador | () |
| De 2-5 trabajadores | () |
| De 6-10 trabajadores | () |
| Más de 10 trabajadores | () |
| Ninguno, sólo yo me dedico | () |

28. ¿Dentro de su emprendimiento, laboran personas con discapacidad/capacidades especiales?

- Si ()
No ()

29. Su emprendimiento tiene certificaciones / Sellos de calidad

- Si ()
No ()

Otro Especifique:

.....
.....

38. ¿De dónde proviene el financiamiento para su negocio?

Entidades financieras (públicas) ()

Entidades financieras (privadas – bancos – cooperativas) ()

Cajas de ahorro y crédito (asociaciones) ()

Financiamiento propio ()

Préstamo de familiares y/o amigos ()

Prestamistas informales

Otro Especifique:

.....
.....

39. ¿Recibe Ud. actualmente apoyo de instituciones públicas o privadas?

Si ()

No ()

40. En caso de que su respuesta sea afirmativa. Indique el tipo de apoyo

Financiamiento de inversión ()

Capacitaciones ()

Asesoramiento técnico ()

Consultoría empresarial y productiva ()

Consultoría legal y tributaria ()

Apoyo en eventos de promoción ()

Otro Especifique:

.....
.....

41. ¿Cómo calificaría su rentabilidad en los últimos años?

Muy buena _____ Buena _____ Regular _____ Mala _____

42. Considera Ud. ¿Que la ganancia percibida anualmente supera sus costos de inversión?

Si ()

No ()

43. Señale en orden de importancia las principales motivaciones que lo llevaron a emprender su negocio

No hay nada más emocionante que ver cómo mis ideas se vuelven realidad ()

Un emprendedor obtiene más ingresos que un asalariado ()

Manejar el tiempo a mi conveniencia ()

- Hacer mucho dinero ()
- Disfruto de los retos ()
- Continuo el negocio de mis familiares ()
- Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago ()
- Me encanta desafiar lo tradicional ()
- Aprovecho mis habilidades y conocimientos ()
- Soy independiente y me exijo yo mismo resultados y productividad ()
- 44. De las siguientes características de liderazgo, indique con cuáles se identifica más su personalidad**
- Soy apasionado cuando me gusta algo ()
- Siempre he sido considerado como líder ()
- Consigo fácilmente que la gente se identifique con mis objetivos ()
- Para mí es muy fácil reclutar, supervisar y delegar funciones a un grupo de personas ()
- Inspiro, aliento y motivo a mis empleados ()
- Siempre respondo de forma eficiente a los problemas o situaciones que se presentan día a día ()
- Normalmente, la gente se toma en serio lo que digo ()
- Me entiendo fácilmente con las personas por muy diferentes que ellas sean ()
- Si se presentan problemas con clientes o proveedores, siempre busco negociar la solución para ganar los dos ()
- Soy independiente y me exijo yo mismo resultados y productividad ()
- 45. De las siguientes opciones, indique las que lo han motivado a tomar el riesgo de emprender**
- No temo a los riesgos financieros ()
- Prefiero desarrollar en el trabajo solamente temas en los tengo mayor experiencia y conocimientos ()
- Prefiero compartir la responsabilidad con otras personas ()
- Cuando tengo una necesidad de dinero para el trabajo busco financiamiento ()
- Me gusta la seguridad y garantizar siempre los resultados ()
- Existe demasiada burocracia al momento de crear una nueva empresa ()

Otro Especifique:

.....
.....

46. ¿Considera usted que su emprendimiento está ya consolidado y puede seguir funcionando indefinidamente, porque genera rentabilidad?

Si, está consolidado actualmente ()

Va a consolidarse dentro del próximo año ()

Todavía está en fase de formación ()

Está por cerrar ()

47. ¿Considera que su emprendimiento va a crecer significativamente durante el presente año?

Si () No ()

Por qué ? (en una frase corta):

48. Si la respuesta anterior fue afirmativa, por favor señale en cuales de estos aspectos ¿Piensa que su emprendimiento crecerá dentro de este año?

Incrementará sus ventas ()

Ampliará la infraestructura física actual ()

Incrementará puntos de venta ()

Incrementar su fuerza de ventas (empleados vendedores) ()

Incrementar nuevas líneas (tipos) de productos ()

Incrementará la cantidad de productos ofrecidos ()

Incrementará el número de obreros/artesanos/trabajadores ()

NIVEL DE SATISFACCION CON LA LABOR ACTUAL

49. ¿Cuál es su grado de satisfacción con su situación actual como emprendedor?

Poco satisfactoria () Satisfactoria () Muy satisfactoria ()

50. ¿Cuál es su grado de satisfacción con su situación actual en el grupo familiar?

Poco satisfactoria () Satisfactoria () Muy satisfactoria ()

51. ¿Cuál es su grado de satisfacción con su situación económica actual?

Poco satisfactoria () Satisfactoria () Muy satisfactoria ()