



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
La Universidad Católica de Loja

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Apoyo institucional a emprendedores, políticas y acciones ejecutadas en la provincial de Loja, año 2023-2024**

Trabajo de integración curricular previo a la obtención del título de:

**Licenciado en Administración de Empresas**

**Autor:** Piedra Vidal, Josué Lennin

**Director:** Espinosa Torres, Diana Lucía, Mgrtr.

LOJA

2024



*Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NC-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>*

2024

## **Aprobación del director del Trabajo de Integración Curricular**

Loja, 27 de junio de 2024

PhD

Glenda Edith Ponce

**Directora de la carrera de Administración de Empresas**

Loja. -

De mi consideración:

Me permito comunicar que, en calidad de directora del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: apoyo institucional a emprendedores, políticas y acciones ejecutadas en la provincia de Loja, año 2023-2024 realizado por Josué Lennin Piedra Vidal ha sido orientado y revisado durante su ejecución, así mismo ha sido verificado a través de la herramienta de similitud académica institucional, y cuenta con un porcentaje de coincidencia aceptable. En virtud de ello, y por considerar que el mismo cumple con todos los parámetros establecidos por la Universidad, doy mi aprobación a fin de continuar con el proceso académico correspondiente.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Directora: Diana Lucía Espinoza Torres

C.I.: 110386754

Correo electrónico: dlespinoza@utpl.edu.ec

### **Declaración de autoría y cesión de derechos**

Yo, Josué Lennin Piedra Vidal, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente:

Ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: Apoyo institucional a emprendedores, políticas y acciones ejecutadas en la provincia de Loja, años 2023-2024, de la Tecnología Superior en Administración de Empresas, específicamente de los contenidos comprendidos en: marco teórico, metodología, apoyo institucional en la provincia, análisis de datos, propuestas de mejora, siendo Diana Lucía Espinoza Torres, directora del presente trabajo; también declaro que la presente investigación no vulnera derechos de terceros ni utiliza fraudulentamente obras preexistentes. Además, ratifico que las ideas, criterios, opiniones, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad. Eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones judiciales o administrativas, en relación a la propiedad intelectual de este trabajo.

Que la presente obra, producto de mis actividades académicas y de investigación, forma parte del patrimonio de la Universidad Técnica Particular de Loja, de conformidad con el artículo 20, literal j), de la Ley Orgánica de Educación Superior; y, artículo 91 del Estatuto Orgánico de la UTPL, que establece: "Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad", en tal virtud, cedo a favor de la Universidad Técnica Particular de Loja la titularidad de los derechos patrimoniales que me corresponden en calidad de autor/a, de forma incondicional, completa, exclusiva y por todo el tiempo de su vigencia.

La Universidad Técnica Particular de Loja queda facultada para ingresar el presente trabajo al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, en cumplimiento del artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

.....

Autor: Josué Lennin Piedra Vidal

C.I.: 110563872-8

Correo electrónico: [ljpiedra1@utpl.edu.ec](mailto:ljpiedra1@utpl.edu.ec)

### **Dedicatoria**

Quisiera dedicar el siguiente trabajo integrador curricular a mis padres, quienes han sido las personas que me han permitido la oportunidad de estudiar la carrera de administración de empresas y ser un sustento esencial en el proceso de mi etapa de estudiante universitario, quienes me han demostrado que las mejores experiencias en la vida, no vienen fácil, debes luchar constantemente por ellas, para seguir el camino del triunfo.

A los emprendedores de la provincia de Loja, quienes han sido mi inspiración principal para realizar el siguiente trabajo. Ustedes quienes han conseguido que sus esfuerzos y deseos se conviertan en un cambio de nuestra realidad, quiero dedicarles este trabajo integrador curricular como un tributo a su valentía y contribución al desarrollo social en nuestra provincia lojana.

## **Agradecimiento**

En primer lugar, quiero expresar mi más sincera gratitud a mis padres, Lennin Piedra y Sandra Vidal. Su inquebrantable apoyo durante mi etapa estudiantil y su constante motivación me impulsaron a seguir una carrera universitaria. Gracias a ellos, tuve la oportunidad de estudiar en una institución tan prestigiosa como la Universidad Particular de Loja.

Agradezco profundamente a mi directora de tesis, la Mgs. Diana Espinoza, cuya guía fue fundamental. Su vasta experiencia y su sabio consejo me dirigieron en la dirección correcta para llevar a cabo este proyecto con éxito.

Quisiera extender mi agradecimiento a los emprendedores de la provincia de Loja, quienes generosamente me abrieron sus puertas. Su disposición para compartir su tiempo y espacio hizo posible la realización de este trabajo. Las historias de sus experiencias me han dejado una huella indeleble y me han mostrado que cualquier desafío puede ser superado con determinación y esfuerzo.

Por último, deseo expresar mi gratitud a todas las instituciones que brindan apoyo a los emprendedores de mi provincia. Su ayuda ha sido un motor fundamental para que muchos transformen sus ideas en realidades palpables. Sin su invaluable apoyo, muchos sueños emprendedores no habrían visto la luz.

.

## Índice de contenido

Aprobación del director del Trabajo de Integración Curricular .....	II
Declaración de autoría y cesión de derechos .....	III
Dedicatoria.....	V
Agradecimiento.....	VI
Índice de contenido .....	VII
Introducción .....	3
Capítulo Uno.....	5
1.1 Emprendimiento .....	5
1.1.2 Definición emprendimiento .....	5
1.1.3 Barreras que enfrentan los emprendimientos .....	6
1.1.1.1 El financiamiento bancario.....	7
1.1.1.2 Falta de capacitación emprendedora.....	8
1.1.1.3 Gestión deficiente de administración pública.....	8
1.1.1.4 Falta de propuestas de valor.....	9
1.1.1.5 Baja estandarización.....	9
1.1.1.6 Agitación social:.....	10
1.1.1.7 Globalización .....	10
1.1.1.8 Barreras regulatorias.....	11
1.2 Apoyo institucional para el emprendedor .....	11
1.2.1 Tipos de apoyo institucional a emprendedores .....	12
1.2.1.1 Asesoría empresarial.....	13
1.2.1.2 Crowdfunding.....	13
1.2.1.3 Coaching.....	13
1.2.1.4 Mentoring.....	14
1.2.1.5 Formación emprendedora.....	14
1.2.1.6 Coworking.....	14

1.2.1.7	Incubadoras de emprendimientos.	15
1.2.1.7.1	Incubadoras de Agro negocios y ecoturismo.	15
1.2.1.7.1	Incubadoras universitarias.	15
1.2.1.8	Eventos dedicados a emprendimientos.	16
1.2.1.9	Tramitología.	16
1.2.2	Buenas prácticas de apoyo institucional hacia los emprendedores a nivel internacional.	16
1.2.2.1	Buenas prácticas de apoyo emprendedor en España.	17
1.2.2.2	Buenas prácticas de apoyo emprendedor en Colombia.	18
1.2.2.3	Buenas prácticas de apoyo emprendedor en Países Bajos.	19
1.2.2.4	Buenas prácticas de apoyo emprendedor en Chile.	19
1.2.2.5	Buenas prácticas de apoyo emprendedor en Emiratos Árabes Unidos.	20
1.2.2.6	Buenas prácticas de apoyo emprendedor en Arabia Saudita.	20
1.3	Políticas de apoyo al emprendedor a nivel internacional	21
1.3.1	Políticas de apoyo al emprendimiento en países asiáticos	21
1.3.1.1	Emiratos Árabes Unidos.	22
1.3.1.2	Arabia Saudita.	23
1.3.2	Políticas de apoyo al emprendimiento en Europa.	23
1.3.2.1	Países Bajos.	24
1.3.3	Políticas de apoyo al emprendimiento en Oceanía:	24
1.3.4	Políticas de apoyo al emprendimiento en América.	24
1.3.4.1	Colombia.	25
1.3.4.2	Uruguay.	25
1.3.4.3	Brasil.	26
1.4	Ecosistema emprendedor en Ecuador	26
1.4.1	Razones para emprender en Ecuador.	26

<b>1.4.2 Elementos del ecosistema emprendedor del Ecuador .....</b>	<b>27</b>
<b>1.4.2.1 Políticas emprendedoras.....</b>	<b>27</b>
<b>1.4.2.2 Cultura emprendedora.....</b>	<b>28</b>
<b>1.4.2.3 Sector privado.....</b>	<b>28</b>
<b>1.4.2.4 Sector público.....</b>	<b>29</b>
<b>1.4.2.5 Tecnología. ....</b>	<b>30</b>
<b>1.4.2.6 Academia. ....</b>	<b>30</b>
<b>1.4.3 Debilidades que enfrenta el ecosistema emprendedor en Ecuador .....</b>	<b>31</b>
<b>1.4.3.1 Corto periodo de vida. ....</b>	<b>31</b>
<b>1.4.3.2 Baja educación emprendedora.....</b>	<b>32</b>
<b>1.4.3.3 Innovación.....</b>	<b>32</b>
<b>1.4.3.4 Falencias políticas.....</b>	<b>34</b>
<b>1.4.3.5 Acceso a financiamiento. ....</b>	<b>34</b>
<b>1.5 Ecosistema emprendedor de la provincia de Loja .....</b>	<b>35</b>
<b>1.5.1 Motivaciones para emprender en la provincia de Loja.....</b>	<b>36</b>
<b>1.5.2 Debilidades en el ecosistema emprendedor de la provincia de Loja .....</b>	<b>36</b>
<b>1.5.2.1 Inseguridad.....</b>	<b>37</b>
<b>1.5.2.2 Cultura empresarial tradicional.. ....</b>	<b>37</b>
<b>1.5.2.3 Acceso a financiamiento. ....</b>	<b>38</b>
<b>Capítulo Dos.....</b>	<b>39</b>
<b>2.1 Tipo de investigación:.....</b>	<b>39</b>
<b>2.2 Métodos de investigación.....</b>	<b>39</b>
<b>Investigación deductiva .....</b>	<b>39</b>
<b>Investigación inductiva .....</b>	<b>40</b>
<b>2.3 Diseño de la investigación .....</b>	<b>40</b>
<b>Documental.....</b>	<b>40</b>
<b>De campo.....</b>	<b>41</b>
<b>2.4 Enfoque de la investigación .....</b>	<b>41</b>

Investigación cuantitativa.....	41
Investigación cualitativa .....	42
2.5           Técnicas de recolección de información .....	42
2.5.1 Encuesta.....	42
2.5.2 Entrevista.....	43
2.6           Población objeto de estudio.....	43
2.7           Muestra .....	44
2.7.1 Emprendedores .....	44
2.7.2 Instituciones que apoyan al emprendedor .....	44
2.8           Procesamiento y análisis de datos.....	45
Capítulo Tres.....	46
3.1 Políticas y leyes que aportan al fortalecimiento de los emprendimientos lojanos.46	
3.1.1 Organismos para promover el emprendimiento nacional.....	46
3.1.2 Difusión del espíritu emprendedor.....	47
3.1.3 Accesibilidad de financiamiento.....	47
3.2.1 Prendho UTPL.....	48
3.2.2 Emprendec .....	49
3.2.3 Cooperativa “Somos Loja” .....	50
3.2.5 Municipio de Loja .....	51
3.2.6 Corporación Ferias de Loja.....	53
Capítulo Cuatro.....	55
4.1 Caracterización de los emprendedores .....	55
4.2 Percepción sobre las políticas de apoyo al emprendedor .....	58
4.4 Percepción sobre el apoyo de las instituciones privadas.....	62
4.5 Satisfacción de servicios específicos ofrecidos por instituciones de apoyo al emprendedor.....	64
4.5.1 Recursos financieros .....	64
4.5.2 Capacitación.....	65

4.5.3 Cowrking.....	66
4.6 Intereses y necesidad actuales de los emprendedores de la provincia de Loja .....	67
Capítulo cinco.....	71
5.1 Introducción .....	71
5.2 Objetivos estratégicos .....	71
5.2.1 Objetivo estratégico 1 .....	71
5.2.1.1 Estrategias del objetivo 1 .....	71
5.2.2 Objetivo estratégico 2 .....	74
5.2.2.1 Estrategias del objetivo 2 .....	74
5.2.3 Objetivo estratégico 3 .....	77
5.2.3.1 Estrategias del objetivo 3 .....	77
5.2.3.2 Cuadro Estratégico .....	77
Conclusiones .....	80
Recomendaciones .....	82
Referencias.....	84
Apéndice.....	93
Apéndice A: Encuesta realizada a emprendedores en la provincia de Loja .....	93
Apéndice B: Entrevista realizada a representantes de las instituciones que apoyan a emprendedores en la provincia .....	96
Apéndice C: Fotografía con la representante de la Cooperativa “Somos Loja” .....	97
Apéndice D: Fotografía con el representante de la institución “Emprendec” .....	97
Apéndice E: Fotografía con el representante de “Prendho Utpl” .....	98
Apéndice F: Fotografía con el representante del “Parque Científico y tecnológico UTPL” .....	98

### Índice de tablas

<b>Figura 1: Instituciones que apoyan al emprendedor en la provincia.....</b>	<b>44</b>
<b>Figura 2: Plan operativo de la estrategia 1.1.....</b>	<b>72</b>
<b>Figura 3: Plan operativo de la estrategia 1.2.....</b>	<b>73</b>
<b>Figura 4: Plan operativo de la estrategia 2.1.....</b>	<b>74</b>
<b>Figura 5: Plan operativo de la estrategia 2.2.....</b>	<b>76</b>
<b>Figura 6: Plan operativo de la estrategia 3.1.....</b>	<b>77</b>
<b>Figura 7: Plan operativo de la estrategia 3.2.....</b>	<b>78</b>

### Índice de figuras

<b>Figura 1: Género de los emprendedores en la provincia.....</b>	<b>46</b>
<b>Figura 2: Rango de edad de los emprendedores y su nivel educativo.....</b>	<b>55</b>
<b>Figura 3: Actividad económica que realiza el emprendimiento.....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 4: Tiempo que lleva operando el emprendimiento.....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 5: Conocimiento acerca de las políticas de apoyo al emprendedor.....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 6: Percepción de las políticas de apoyo al emprendedor.....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 7: Conoce las instituciones públicas que apoyen al emprendedor.....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 8: Emprendedores que han recibido apoyo de una institución pública.....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 9: Nivel de satisfacción del apoyo institucional público.....</b>	<b>61</b>
<b>Figura 10: Conoce las instituciones privadas que apoyen al emprendedor.....</b>	<b>62</b>
<b>Figura 11: Emprendedores que han recibido apoyo de una institución privada.....</b>	<b>62</b>
<b>Figura 12: Nivel de satisfacción del apoyo institucional privado.....</b>	<b>63</b>
<b>Figura 13: Disponibilidad de recursos financieros.....</b>	<b>64</b>
<b>Figura 14: Evaluación en cuanto a servicios de capacitación.....</b>	<b>65</b>

<b>Figura 15: Calificación en cuanto a servicios de capacitación.....</b>	<b>65</b>
<b>Figura 16: Percepción sobre espacios de coworking .....</b>	<b>66</b>
<b>Figura 17: Percepción del apoyo más fundamental que deben desempeñar las instituciones.....</b>	<b>67</b>
<b>Figura 18: Áreas donde el emprendedor considera que necesita mejora.....</b>	<b>68</b>
<b>Figura 19: Áreas de mejora para el apoyo institucional .....</b>	<b>69</b>

## Resumen

En Ecuador, desde la aprobación de la Ley Orgánica de Innovación y Emprendimiento en el año 2020, se ha afianzado una mejora en la colaboración entre diversas instituciones de apoyo emprendedor y emprendedores, lo que ha fortalecido el ecosistema emprendedor ecuatoriano en varias provincias. Las instituciones de apoyo al emprendedor en la provincia han delimitado una oferta de servicios relacionados al financiamiento, capacitación empresarial, coworking e incubación y aceleración. No obstante, el aprovechamiento de estos servicios sigue siendo limitado. Para el desarrollo de la investigación se utilizó un enfoque cuantitativo mediante una encuesta realizada a 200 emprendedores en la provincia de Loja, que ha permitido determinar que, el 68% de emprendedores no identifica cuales son las instituciones que apoyan al emprendimiento debido a la baja difusión de sus servicios, lo que ha impedido que muchos emprendedores reconozcan a las instituciones como una oportunidad de apoyo. Reconociéndose que existe la necesidad del trabajo colaborativo entre instituciones públicas y privadas para la planificación y difusión de acciones que beneficien a los emprendedores de la provincia de Loja.

*Palabras clave:* emprendimientos, apoyo institucional, políticas.

### **Abstract**

In Ecuador, since the approval of the Organic Law on Innovation and Entrepreneurship in 2020, an improvement in collaboration between various entrepreneurial support institutions and entrepreneurs has been consolidated, which has strengthened the Ecuadorian entrepreneurial ecosystem in several provinces. The entrepreneurial support institutions in the province have delimited an offer of services related to financing, business training, coworking and incubation and acceleration. However, the use of these services remains limited. For the development of the research, a quantitative approach was used through a survey carried out on 200 entrepreneurs in the province of Loja, which has made it possible to determine that 68% of entrepreneurs do not identify which institutions support entrepreneurship due to the low dissemination of their services, which has prevented many entrepreneurs from recognizing the institutions as a support opportunity. Recognizing that there is a need for collaborative work between public and private institutions for the planning and dissemination of actions that benefit entrepreneurs in the province of Loja.

*Key words:* entrepreneurship, institutional support, policies.

## Introducción

El presente trabajo investigativo tuvo como principal objetivo ayudar a comprender la percepción de los emprendedores en la provincia de Loja respecto al apoyo de los programas públicos y privados disponibles que existen dentro de la provincia. Se logró conocer más a fondo si los emprendedores en la provincia reconocen cuáles son las instituciones públicas y privadas que se encargan de apoyarles, identificar los tipos de programas recibidos y determinar las áreas en las que consideran que el apoyo institucional necesita mejorar.

Dentro de esta investigación, se realizó un estudio de tipo descriptivo con un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo. Para el enfoque cuantitativo, se utilizó una encuesta validada por expertos como instrumento de recolección de datos. La encuesta estaba compuesta por cuatro bloques: perfil emprendedor, experiencia emprendedora, percepción del apoyo institucional, y satisfacción y mejora. La encuesta se aplicó a una muestra por conveniencia de 200 emprendedores, seleccionada debido a la limitación de tiempo frente al gran tamaño de la población objetivo.

En el enfoque cualitativo, se realizaron entrevistas estructuradas con diez preguntas, que permitieron explorar los diferentes tipos de apoyo institucional disponibles en la provincia. A través de estas entrevistas, se recopiló información sobre el número de emprendedores beneficiados, las principales actividades de apoyo, las formas de difusión de los programas y servicios ofrecidos, y los planes futuros de las instituciones que brindan apoyo a los emprendedores en la provincia.

Dentro del trabajo investigativo, se recopiló datos y evidencias sobre las fortalezas y debilidades del apoyo institucional a emprendedores. La finalidad fue conocer qué tan efectivo ha sido el apoyo brindado, si los emprendedores están al tanto de las oportunidades de mejora que ofrecen diferentes instituciones en la provincia, y si la difusión de los planes de apoyo a emprendedores por parte de las instituciones es efectiva. Esto permitió proponer recomendaciones en las áreas donde puede haber factores a mejorar.

El trabajo se estructuró en cinco capítulos: en el marco teórico, se recopilaron diversas definiciones relacionadas con emprendedores, apoyo institucional a emprendedores, políticas que favorecen a emprendedores, países con buenas prácticas en apoyo a emprendedores y un análisis del ecosistema emprendedor en el país. En el segundo capítulo, se detalló la metodología aplicada en la investigación, que en este caso fue descriptiva con un enfoque mixto. En el tercer capítulo, se exploraron las ofertas de apoyo institucional en la provincia de Loja, incluyendo instituciones tanto públicas como privadas. En el cuarto capítulo, se analizaron los datos de las encuestas, cumpliendo con el objetivo de conocer la percepción emprendedora, mediante las preguntas que conformaron la encuesta. Finalmente, en el quinto capítulo, se presentaron planes de mejora para las instituciones públicas y privadas con el objetivo de fortalecer el apoyo a los emprendedores.

En la investigación se revela una insatisfacción del apoyo institucional, tanto público como privado. Los emprendedores tienen poca información acerca de los programas de apoyo institucional que se ofrecen en la provincia y consideran que las instituciones no satisfacen adecuadamente las necesidades actuales de los emprendedores. Esta problemática resalta la desconexión entre instituciones de apoyo con los emprendimientos lojanos.

El desarrollo del proyecto de investigación será de gran utilidad para las autoridades provinciales responsables de promover acciones de apoyo a emprendimientos y para los propios emprendedores, proporcionarán información valiosa para mejorar su conocimiento sobre el apoyo existente. Esto permitirá a los emprendedores aprovechar mejor los servicios y oportunidades disponibles, potenciando, fortaleciendo y expandiendo sus negocios en la provincia de Loja y servirá para realizar investigaciones futuras sobre el impacto de las políticas, la satisfacción de los emprendedores, oportunidades de acceso servicios para emprendedores y su impacto, y la evolución del ecosistema emprendedor a nivel local y nacional.

## Capítulo uno

### Marco teórico

#### 1.1 Emprendimiento

##### 1.1.1 Definición emprendimiento

El emprendimiento, se define como la capacidad de crear un proyecto o iniciativa de negocio desde cero, con la finalidad de innovar y aplicar nuevas ideas que aborden a solventar una necesidad social, ante la toma de riesgos para llegar a una activación que convierten las ideas de los emprendedores en una realidad física (Pérez, 2022).

El emprendimiento ha sido resultado de varios campos de estudio como las ciencias y arte, en los últimos años se ha ido expandiendo a nuevas áreas como la tecnología y el turismo, como factores que implican crear valor y tener efectos positivos en nuestra sociedad (Ratten, 2022).

Para definir emprendimiento, según Formichella (2004) “es el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación” (págs. 5-6).

Además, el emprendimiento se considera la respuesta de las crecientes demandas causadas por la globalización, al existir diversos escenarios y con el alto esfuerzo en hacer frente a las demandas de transculturización y mercados globales exigentes. Debido a todos estos factores, definir la palabra emprendimiento no es fácil, al tener características que otras personas no toman en cuenta, pero de cualquier manera se genera éxito al existir personas que cuenten con características de innovación, toma de riesgos y de decisiones. Una de las causas de la existencia del emprendimiento, es la búsqueda de una persona en tener estabilidad económica y crear su propia idea de negocio ante una sociedad donde existen altos índices de desempleo, desigualdad económica y bajas condiciones ante un empleo (Arias, 2014).

Por otro lado, los emprendimientos ayudan a como identificar nuevas oportunidades, que se relacionan con utilizar los diversos recursos existentes sean nuevos o recombinantes, provocando que exista un espíritu emprendedor manifestándose en diferentes formas como: crear aplicaciones digitales que solventen problemas sociales hasta la existencia de nuevos productos en los estantes de los supermercados; los emprendimientos provocan que las personas aparte de generar nuevas ideas contribuyan a cambios sociales y generen una interacción entre empresa y cliente (Ratten, 2023).

Desde un punto de vista conceptual, el emprendimiento es significativo para el crecimiento de cualquier país, dejando en claro el beneficio que recibe la sociedad, por resolver problemas de demanda al consumidor y crear un aporte ante la generación de empleos. La definición de emprendimiento aún se encuentra en constante evolución, generando una alta fuente de definiciones de diversos autores a lo largo de los años y resaltando cada vez más la dimensión humana, sirviendo como punto de partida para convertir el emprendimiento en catalizador económico (Angulo, 2021).

En los últimos años se ha determinado un nuevo fenómeno en el emprendimiento para los países con economías emergentes, el llamado “emprendimiento social” que sirve como componente social y dimensión colectiva, debido a que la comunidad es el eje que apoya en estrategias y competencias empresariales y se crea sin fines de lucro (Pedraza, 2016).

### **1.1.2 Barreras que enfrentan los emprendimientos**

Las barreras que enfrentan los emprendimientos, hacen referencia a las situaciones internas o externas que sortean los emprendedores a la hora de poner en funcionamiento su negocio, también se define a las barreras como un obstáculo que enfrentan las empresas y traen consecuencias negativas en los procesos administrativos y comerciales de una empresa, incrementando la posibilidad de fracaso en el mercado. Las barreras se pueden identificar en los procesos que realiza un emprendedor para administrar su empresa hasta las problemáticas en cuanto a canales de distribución y mal diseño de plan de negocio (Gomez, 2015).

A continuación, se presentarán los tipos de barreras que enfrentan los emprendedores a lo largo de la creación y administración de su negocio.

**1.1.2.1 El financiamiento bancario.** La búsqueda de fuentes de financiación, es una necesidad que atraviesan los emprendedores al comenzar a ejecutar su idea de proyecto o a la supervivencia del proyecto, ya que se debe adaptar la necesidad que se busca cubrir y según la alternativa que se le presente, puede variar los costos. El financiamiento para los emprendimientos se encuentra limitado de manera interna y externa, de manera interna el emprendedor tiene un reducido capital entre sus propias particiones o de las aportaciones de sus socios de negocio, es por esta razón que se recurre a acceder a un financiamiento ajeno, al largo plazo el financiamiento bancario es más difícil de encontrar, por lo que en muchas ocasiones se opta a obtener un financiamiento bancario a corto plazo (Creciente, 2009).

Por lo tanto, el financiamiento bancario es la barrera más común de encontrar y es la que más predomina en obstaculizar el proceso de crear un emprendimiento o mantener su funcionamiento, ya que el emprendedor siempre se ve afectado ante la búsqueda de un financiamiento que sea efectivo o que se le otorgue un capital suficiente para desarrollar todos los procesos necesarios dentro de su proyecto (Cervantes, 2015).

**1.1.2.2 Falta de capacitación emprendedora.** La capacitación a emprendedores, es la actividad de mejorar el conocimiento de emprendedores en las diversas áreas tanto comerciales como administrativas para ejecutar su proyecto, otorgando los instrumentos necesarios para la adecuada toma de decisiones en sus actividades productivas (Maroto, s.f). Al existir una falta de aprendizaje por parte de los emprendedores, provoca que existan problemas de gestión y dirección de sus proyectos, trayendo como consecuencia la mala administración de un negocio en cuanto a sus recursos y falta de estrategias que ayuden a despegar un negocio. Además, al existir una mala capacitación emprendedora, genera que los emprendedores definan objetivos muy poco realistas a corto plazo y no se garantice una planificación adecuada para llevar un negocio hacia el éxito o que los emprendimientos no se alejen de los productos y servicios tradicionales, dejando de lado la innovación (Briones, 2020).

**1.1.2.3 Gestión deficiente de administración pública.** La administración pública por parte de los gobiernos locales en cada país juega un papel importante para los emprendimientos, en cuanto al apoyo de capacitación, tramitología y el conocimiento emprendedor. La administración pública, se encuentra delegada en instituciones como los municipios locales, prefecturas y gobernación; estas instituciones son encargadas de otorgar importancia al emprendimiento en una ciudad, provincia o país, si existe poco interés de la administración pública en crear eventos que generen un espacio de trabajo a los emprendimientos o desarrollar asesorías para fomentar conocimientos administrativos y contables dentro de un negocio, es muy probable que se tenga un deficiente ecosistema emprendedor, con poco interés en dar oportunidades de mejora y poco espíritu emprendedor en los ciudadanos (Espinoza et al., 2018).

**1.1.2.4 Falta de propuestas de valor.** La propuesta de valor es un factor que permite a los negocios marcar una diferenciación del producto o servicio brindado ante la competencia y marcar un valor único que llame la atención a los clientes y la empresa pueda comunicar el beneficio que proporciona. En la actualidad muchas empresas cometen el error de calcar la idea exitosa de una empresa dentro de la localidad, creando una oferta muy similar de algo que ya se está brindando, esto provoca que las ideas de varios emprendimientos se vean obsoletas al no ajustarse a las nuevas tendencias sociales o que no cumplan una demanda satisfecha, algunos emprendimientos carecen de nuevas fórmulas de comercialización (Exebio, 2020).

**1.1.2.5 Baja estandarización.** Con la estandarización, se permite crear normas para establecer parámetros en cuanto a las características que debe seguir los productos que utilizará un negocio, las consecuencias de la falta de estandarización de necesidades, provoca que se excluya ciertas variables o se utilice las variables inadecuadas para el uso de un producto dentro de las actividades de un emprendimiento, disminuyendo importancia a factores que inciden directamente en un emprendimiento (Flor, 2017).

Al no existir una estandarización adecuada en un negocio o para su creación, se corren muchos riesgos como desperdicio de recursos y mal uso de materias primas, al no estandarizar se halla una mala programación causada por falta de insumos, poca planificación e inexistencia de propuestas de mejoramiento. Cada proceso en la elaboración de un negocio debe ser bien organizado para su ejecución de manera uniforme y que se garantice la calidad de producto y servicio (Cervantes, 2015).

**1.1.2.6 Agitación social:** La agitación social es la definición de descontento social, inconformismo y pesadumbre experimentado por los sectores urbanos frente a situaciones circunstanciales. Lo que provoca una tasa de PIB negativa, existiendo una reducción de consumo e inversión y un aumento en el desempleo. La agitación social a su vez causa la destrucción social, como una forma de extensión en las relaciones que existen entre capital y trabajo y el aumento de conflictos aumentados por el capitalismo que afecta negativamente

a los grupos sociales, es por eso que cada organización o emprendimiento, debe construir sus estrategias y productos centrados en satisfacer los diversos descontentos sociales (Vizueta, 2020).

**1.1.2.7 Globalización:** Con el pasar de los años ha existido un cambio dentro del sistema económico global, por lo que las economías en países con vías de desarrollo han tenido mayor crecimiento en los flujos comerciales y financieros internacionalmente, las nuevas tecnologías de informática y de comunicación han sido base para los nuevos modelos económicos debido a que generan un incremento de oportunidades. Con la globalización, entre los emprendimientos existe un aumento de competencia, dando como consecuencia la incertidumbre y fragmentación de mercados, esto a su vez provoca el efecto emprendimientos improductivos, que son emprendimientos que realizan actividades especulativas al solo satisfacer el objetivo de querer generar ganancia al emprendedor, pero sin crear un valor añadido (Santos et al., 2013).

Por otro lado, la globalización ha incrementado los riesgos y oportunidades en los que un emprendimiento se debe desenvolver; los emprendedores deben estar atentos para aprovechar cualquier amenaza u oportunidad que transmita la globalización, ya que está puede cambiar muy rápidamente y dirigir la innovación y el entorno emprendedor (Vizueta, 2020).

**1.1.2.8 Barreras regulatorias.** La creación de empresas ha generado que, en muchos países, los gobiernos establezcan políticas públicas para generar regulaciones empresariales, estas regulaciones se basan en trámites o requerimientos que una empresa debe cumplir para llevar a cabo sus actividades, como permiso de funcionamiento o pagos de impuestos. En algunos países estas regulaciones han creado una barrera para la facilidad de entrada a los emprendimientos, al generar una carga en su posibilidad de funcionamiento y en los países donde se han detectado regulaciones menos estrictas, son los países donde existe menor nivel de actividad emprendedora, mayor cantidad de empleos informales y bajo crecimiento económico. Por ese lado, se ha determinado que los países con políticas de

regulaciones fuertes en el mercado laboral, hace que los emprendimientos tengan menor posibilidad de éxito o exista una menor cifra en la creación de nuevos emprendimientos (Polo-Otero et al., 2020).

## **1.2 Apoyo institucional para el emprendedor**

El apoyo institucional a emprendedores se entiende como, el tipo de servicios brindados por organismos públicos y privados, de instituciones encargadas de dar importancia a la creación de empleos y desarrollo económico, que se otorgan a emprendedores, brindando presupuesto y formación emprendedora. Es decir, las instituciones encargadas en ayudar a poner en marcha las ideas de los emprendedores (Maza, 2020).

Adicionalmente el apoyo institucional se entiende como un acompañamiento a los emprendedores para ejercer el desarrollo de sus ideas; por lo que las instituciones se encargan de crear sociedades con una cultura emprendedora que ayude a visualizar las opciones que existan en el mercado para emprender, la educación que tenga el capital humano emprendedor, el suficiente conocimiento tácito e información para el ecosistema emprendedor y el capital financiero que se encargue de sustentar el apoyo institucional a los emprendedores (Luna y Gallo, 2018).

Mencionando lo anterior, las características que contiene el apoyo institucional a los emprendedores es que sirve como una herramienta que ayuda al crecimiento de los emprendimientos y generar una relación positiva en cuanto a internacionalización de los nuevos negocios o generar mayor espíritu emprendedor, debido a que emprendimientos emergentes, en su mayoría surgen en mercados subdesarrollados y vacíos institucionales, creando limitaciones y una mayor barrera a la existencia de los emprendimientos en cuanto a la supervivencia y desarrollo; es aquí donde el apoyo institucional, busca generar oportunidades y recursos que los emprendimientos lleguen a aprovechar y ajustarlos a su modelo de negocio. Sin embargo, el nivel de impacto que genera el apoyo institucional depende del país de origen, debido a las políticas establecidas en el país o el grado de

importancia que le den diversas instituciones públicas como privadas al emprendimiento (Yang y Tang, 2022).

### **1.2.1. Tipos de apoyo institucional a emprendedores**

Existen algunos tipos de apoyo institucional que se brindan para fortalecer los emprendimientos, se puede destacar los siguientes:

**1.2.1.1 Asesoría empresarial.** Es un servicio empresarial efectuado por un profesional experto en la intervención estratégica de un negocio, aborda temas de gestión de negocios, metodología intuitiva, proponer ideas y luego evaluarlas con la finalidad de llevarlas a cabo en un negocio y explorar nuevas ideas que ayuden a mejorar el funcionamiento de un emprendimiento. Dentro de la asesoría el emprendedor pide ayuda sobre asuntos administrativos, legales, aspectos técnicos, ventas u otros con la finalidad de que el asesor ayude a plantear estrategias de mejora o remodelar el plan de negocio de un emprendimiento (Estrada, 2013).

**1.2.1.2 Crowdfunding.** Es una plataforma financiera de donaciones que se encarga de recaudar dinero de diversos donantes y obtener financiamiento emprendedor. Dentro del crowdfunding existen tres involucrados, el propietario del emprendimiento, el donante y la persona encargada de recibir las donaciones (crowfunder). En varios países esta herramienta se ha ido popularizando en los últimos años y ha sido utilizada para financiar emprendimientos relacionados con bienes raíces y creación de material audiovisual. Uno de los desafíos más grandes que enfrenta en crowdfunding es la inexistencia de regulaciones en la tecnología financiera (Irawati y Prananingtyas, 2021).

**1.2.1.3 Coaching.** Es una herramienta que consiste en crear nuevas perspectivas para obtener resultados positivos según la necesidad que tenga un emprendimiento, gracias a la existencia del coaching un emprendimiento puede pasar los obstáculos que se les ha presentado, gracias a la posibilidad de incrementar la eficacia a través de las herramientas y recursos disponibles. El coaching reconoce el aprendizaje brindado por un líder, que lleve las competencias del personal hacia el crecimiento profesional y oriente todo el equipo de trabajo

hacia la visión de un negocio. Además, el coaching es una ayuda fundamental brindada por un orientador que lleve a la empresa hacia nuevos rumbos y provoque mayor exigencia en el trabajo ya que el coaching propone estrategias que busquen la superación profesional (Lozano, 2008).

**1.2.1.4 Mentoring.** Se define como una metodología basada en el apoyo personalizado, permitiendo que profesionales calificados en liderazgo participativo y conocimiento funcional acerca del trabajo en equipo ayuden a emprendedores a fortalecer su crecimiento profesional y potenciar competencias, compartiendo conocimientos y transfiriendo experiencias vitales, habilidades y actitudes. El mentoring ayuda a asesorar a los dueños de empresas en desarrollar adecuadamente sus proyectos en mente y puedan armonizar el progreso tanto empresarial como personal. Dentro del mentoring se enseña valores como la colaboración laboral, compromiso laboral, discreción, entre otros. (Anel, 2018).

**1.2.1.5 Formación emprendedora.** Es la capacitación que reciben las personas que deseen emprender, por parte de instituciones públicas y privadas, dedicadas al desarrollo estratégico de un plan de negocio y brindar información sobre cumplimiento de trámites legales y normativas que deben cumplir. Este tipo de formación permite a las personas familiarizarse con conceptos relacionados al emprendimiento y poder tomar decisiones estratégicas en cada etapa del funcionamiento de su negocio, mediante los planes de acción adecuados e innovadores (Castro, 2017).

**1.2.1.6 Coworking.** Se define como un espacio compartido y flexible que se le brinda al emprendedor para desarrollar experiencias y disciplinas en el campo de trabajo, este tipo de espacios son necesarios para adaptarse a las necesidades del emprendedor. Los emprendedores generalmente acuden a estos espacios de trabajo, ya que buscan espacios modernos que le inspiren a crear nuevas estrategias de trabajo y establecer conexiones con empresarios y clientes potenciales. Se estima que un buen espacio de coworking debe tener

conexión a internet, sala de reuniones, áreas de descanso y un mix de espacios compartidos (Ramírez, 2018)

**1.2.1.7 Incubadoras de emprendimientos.** Son centros que albergan actividades productivas en la etapa de diseño de un emprendimiento, se realizan prototipos y ayudan en la etapa de inicio de la venta del producto o el servicio de determinado emprendimiento. (Romero et al., 2023).

**1.2.1.7.1 Incubadoras de Agro negocios y ecoturismo.** Son una iniciativa que brinda apoyo a emprendimientos rurales, impulsados por jóvenes emprendedores, con el objetivo de promover oportunidades viables y sostenibles de desarrollo. Su enfoque se dirige hacia dos sectores clave. Los Agronegocios, donde se fomenta y acompaña el establecimiento de emprendimientos agrícolas, pecuarios, forestales y agroindustriales, además busca generar alternativas económicas sustentables en las áreas rurales. Por otro lado, los Servicios de Turismo Sostenible donde se apoya el desarrollo de iniciativas de ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura que proporciona oportunidades de emprendimiento en torno a actividades turísticas responsables y de bajo impacto (Glez y López, s.f).

**1.2.1.7.1 Incubadoras universitarias.** Las incubadoras universitarias de empresas son una alternativa eficaz para fomentar el espíritu emprendedor dentro de la comunidad universitaria. Estas incubadoras no solo fortalecen el proceso educativo y las actividades de investigación, sino que también incrementan la competitividad empresarial, mejorando los conocimientos profesionales de los estudiantes y contribuyendo al desarrollo económico y social de la región y el país. Estas incubadoras identifican y potencian ideas emprendedoras e innovadoras, brindando asesoría especializada, redes de contactos, acceso a fuentes de financiamiento y capacitación continua. De esta manera, los proyectos innovadores se materializan, beneficiando directamente a estudiantes, egresados, profesores y empresarios (Guerra et al., 2015).

**1.2.1.8 Eventos dedicados a emprendimientos.** A este tipo de eventos locales, se les destina equipos de personas idóneas y recursos, comprenden un conjunto de actividades articuladas que ayudan a la promoción de los emprendimientos en un determinado sector; entre sus objetivos están: atraer a clientes potenciales, creación de nuevos conocimientos y generar un beneficio futuro a los emprendimientos. Algunos de estos eventos pueden incluir sesiones de pitch en donde los emprendedores llegan a presentar sus proyectos ante inversores y adquirir un capital que ayude a impulsar el crecimiento de los negocios (Beltrán, 2011).

**1.2.1.9 Tramitología.** En los últimos años, los gobiernos locales le han tomado más importancia al emprendimiento como un medio para reducir pobreza y generar empleo, por lo que en varios países se ha decidido utilizar las políticas de funcionamiento de negocios como un medio para alentar el desarrollo de emprendimientos y fortalecer la relación entre el gobierno y emprendedores. Una gestión eficaz de políticas públicas puede marcar la diferencia en el éxito y la sostenibilidad de un emprendimiento, otorgándole mayor visibilidad, credibilidad e influencia ante los organismos gubernamentales. Los gobiernos y municipios que invierten en una diplomacia corporativa digital son la clave para que los emprendimientos puedan navegar con éxito en entornos políticos y regulatorios cambiantes, potenciando su crecimiento y posicionamiento en el mercado (Cordero y Segarra, 2019).

### ***1.2.2 Buenas prácticas de apoyo institucional hacia los emprendedores a nivel internacional***

Las buenas prácticas de apoyo institucional, se entienden como las actividades realizadas por entidades gubernamentales o empresas privadas que han generado impulso al crecimiento de los emprendimientos tanto en brindar apoyo económico o actividades que desarrollen competencias emprendedoras y dan formación al recurso humano, realizando actividades de capacitación y entrenamiento práctico, con lo que buscan que los emprendedores mejoren la eficacia y eficiencia en desarrollar y mejorar sus negocios (Fernández, 2019).

A continuación, se va a mencionar las diversas prácticas exitosas de apoyo institucional a los emprendedores en los diferentes países del mundo.

**1.2.2.1 Buenas prácticas de apoyo emprendedor en España.** España cuenta con el Grupo de Acción Local, la cuál es una organización conformada por instituciones públicas y privadas encargadas del apoyo emprendedor en las zonas rurales del país, vinculando agentes de la zona urbana a los proyectos de recolección de fondos y así mejorar la competitividad de talento humano y económica en las zonas rurales. Esta organización ayuda a la transformación y adaptación de los emprendimientos agrícolas en las zonas rurales, con el fin de lograr una diversificación de los productos ofrecidos y mejorar la calidad de vida de estos sectores (Lapresta, 2013).

Por otro lado, en España se encuentran sesenta y cuatro diferentes incubadoras para apoyar el emprendimiento del país, encargadas de mejorar el diseño de negocio de emprendimientos, facilitando procesos de logística y ayudando en capital semilla a los emprendimientos innovadores; de estas incubadoras destacan ADE Parques (Bioincubadoras BTD), Andalucía Emprende, AppStylus y Barcelona Activa (Fortuny, 2013).

**1.2.2.2 Buenas prácticas de apoyo emprendedor en Colombia.** En Colombia, ha existido colaboración con la incubadora de emprendimiento Ruta N y la empresa i3d (empresa encargada a realizar modelación de productos y prototipos en base a la impresión 3D) la cuál ha ayudado a emprendimientos y pequeñas empresas a tener familiarización y capacitación con prototipos de productos donde muestran la validación de empaques, fundición y diseños de envases como botellas. Por otro lado, se ha realizado capacitación a los emprendimientos con la empresa EmTech Colombia (Tecnologías Emergentes) que guiaba a los emprendedores especializados en negocios de tecnología como drones, microsensores y ayuda de movilidad urbana, a conocer procesos de producir y almacenar energía que utilicen energías renovables en sus dispositivos (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, 2015).

Además, en Colombia los municipios locales conceden a las nuevas empresas, la información necesaria sobre ayudas gubernamentales que se concentran en un solo

organismo público; lo que facilita la elección de los programas que se ajusten a sus necesidades concretas para mejorar el crecimiento de una empresa. Además, se considera que existen suficientes parques científicos e incubadoras que brinden el apoyo necesario a los emprendimientos o programas que fomentan la creación y desarrollo de nuevas empresas. Finalmente, los programas gubernamentales han tenido un mejor desempeño y mayor evolución en los últimos años pasando de una puntuación de 4,56 en 2019 a 5,09 en 2021 (Romero et al., 2023).

**1.2.2.3 Buenas prácticas de apoyo emprendedor en Países Bajos.** Países Bajos en 2022 fue elegido como el cuarto país con mayor ecosistema emprendedor del mundo y una de las prácticas que le ha servido a los emprendimientos es la posibilidad de conseguir accionistas en sus primeros años de creación, la sociedad de responsabilidad “Besloten Vennootschap (BV)” que suele estar conformada por accionistas y directores, donde los accionistas son los encargados en la toma de decisiones de un negocio y para las empresas pequeñas, los accionistas suelen ser directores. Este tipo de sociedad responsable ayuda a que una empresa tenga mayor facilidad en realizar cuentas anuales y ofrecen mayor transparencia y eficacia en declarar y pagar impuestos (Valero y Galarreta, 2021).

**1.2.2.4 Buenas prácticas de apoyo emprendedor en Chile.** El país cuenta con la Corporación del Fomento de la Producción, creada desde 1939 y hoy en día esta agencia se dedica a apoyar la conectividad, el emprendimiento y la innovación, esta agencia se encarga de englobar el apoyo financiero a emprendedores de forma individual, crowfunding e incubadoras de emprendimiento. Además, facilita la digitalización de matriz entre todos sus involucrados y ofrece tipos de capacitación innovadora y administrativa con sus diversos programas de asesoría como: “créate y valida” que se encarga de impulsar el crecimiento y desarrollo de los nuevos productos en el mercado, ofreciéndole a los emprendimientos opciones tecnológicas y de digitalización; por otro lado, tiene el programa “consolida y expande reactivación sostenible”, el cual ayuda a los negocios a su expansión a nivel nacional

e internacional, mejorando sus procesos industriales y comerciales, validando empaques de sus destinos de exportación (Calderón, 2021).

#### **1.2.2.5 Buenas prácticas de apoyo emprendedor en Emiratos Árabes Unidos.**

Emiratos árabes Unidos en 2023 fue seleccionado como el país con mejor ecosistema emprendedor en el mundo, se muestra un ecosistema emprendedor muy saludable, esto se ha dado debido que cuenta con una baja presión fiscal, bajo índices de desempleo que impulsa a factores e iniciativas; el país sigue poniendo como prioridad el espíritu emprendedor, debido a que cuenta con proyectos de desarrollo emprendedor hasta los próximos 50 años, además el apoyo gubernamental ha sido impulsor en acciones que tienen el objetivo de convertir al país en el principal centro de negocios en todo el mundo, su entorno emprendedor es llamativo para abrir nuevos emprendimientos debido a su entorno con bajo costo de establecimiento (Hill et al., 2023).

#### **1.2.2.6 Buenas prácticas de apoyo emprendedor en Arabia Saudita.**

La infraestructura juega un papel muy importante al existir un emprendimiento, debido a que un gran espacio físico pueda resultar llamativo para el público y pueda ser suficiente para que un emprendedor ejecute correctamente sus actividades. Países como Arabia Saudita le ha tomado mucha importancia al elemento de la infraestructura, ya que es el país donde mayor economía ha invertido en infraestructura dentro del sector emprendedor, el país ha realizado grandes inversiones en cuanto a diseño, espacio y estructura física, facilitando comunicaciones, transporte y las diferentes operaciones de negocios (Hill et al., 2023).

Arabia Saudita cuenta con la empresa BusinessWire la cual se encarga de realizar concursos de emprendimientos a nivel mundial como la Entrepreneurship World Cup (Copa Mundial de Emprendimientos), considerado uno de los concursos más grandes y más variados dentro de los emprendimientos emergentes y otorga programas de financiación. Esta empresa se ha encargado de apoyar tanto a negocios locales como a internacionales ya que, desde su fecha de creación en 2017, se han inscrito más de 400.000 emprendedores, uno de los premios ofrecidos es que el ganador podrá colaborar con las autoridades

gubernamentales, diversos empresario e inversores del Reino de Arabia Saudita y de otros países (Biban, 2023).

### **1.3 Políticas de apoyo al emprendedor a nivel internacional**

La creación de leyes que se encarguen de apoyar al crecimiento de las empresas, son fundamentales para que cada país pueda consolidar su ecosistema emprendedor y sean incorporados tanto actores públicos como privados, con el propósito de generar ideas y acciones para diseñar y ejecutar un tipo de políticas que estimule a los emprendimientos como sistemas para generar producción y fuentes de trabajo que lleven a una transformación económica en el país (Araque y Rivera, 2019).

A continuación, se procederá a mencionar ejemplos de países que han establecido leyes que ayudan al fortalecimiento de su ecosistema emprendedor.

#### ***1.3.1 Políticas de apoyo al emprendimiento en países asiáticos***

**1.3.1.1 Emiratos Árabes Unidos.** Emiratos Árabes Unidos (EAU) es uno de los países con las mejores políticas gubernamentales para fomentar una economía de libre mercado y competencia. El IVA es un impuesto reducido, del 5%, para los emprendimientos en crecimiento, mientras que los impuestos municipales representan solo el 5% de las ganancias anuales de los trabajadores y un 10% en inmuebles comerciales específicos, pagos que pueden realizarse a plazos junto con la cuenta de servicios básicos mensuales. Además, no existe un impuesto sobre la renta. En los EAU, los emprendimientos han desarrollado una infraestructura que supera los límites de la modernidad, diseñada para ofrecer una experiencia única a los clientes. El turismo es la principal fuente de ingresos del país, por lo que el gobierno ha implementado políticas comerciales poco estrictas y ha diseñado un régimen fiscal y un sistema bancario favorables para quienes deseen abrir un negocio (Sanjeev, 2021).

Para los extranjeros que desean emprender en los Emiratos Árabes Unidos, existen dos políticas territoriales para abrir negocios. La primera es la "Mainland," que sigue el marco jurisdiccional del emirato de Dubái. La segunda es la "Freezone," un territorio ubicado en

Dubái, pero con un régimen y normas especiales. En la Freezone, los negocios pueden disponer del 100% de la propiedad si el dueño es extranjero, sin necesidad de un socio local. No existen impuestos corporativos, y el proceso de establecimiento es ágil. Las empresas pueden diferir unas de otras y establecer un ecosistema dependiendo de la actividad que realicen (Hill et al., 2023).

**1.3.1.2 Arabia Saudita.** Es el país mayor calificado en cuanto a gobierno y políticas que permiten facilidad de entrada a nuevos negocios y dinámica del mercado, las políticas concebidas brindan un mercado libre y abierto, con normas sociales y culturales que alienten a la aceptación de los nuevos negocios y apoyando considerablemente a los emprendimientos locales. Para el impacto global que trajo la pandemia COVID 19, el gobierno saudita realizó esfuerzos que reduzcan los efectos negativos de COVID-19, los expertos dieron comentarios positivos acerca de las medidas gubernamentales y las políticas que se tomaron para soportar la pandemia, creando políticas, que generen programas específicos para direccionamiento y reducción del impacto del COVID-19, dando apoyo a la digitalización de los emprendimientos, brindar subvenciones para preservación de empleos al mejorar los subsidios salariales, aplazar fechas de pago tanto de impuestos como de pagos de créditos y amortización de préstamos; generar extensiones y financiamiento para los nuevos negocios (Hill et al., 2023).

Arabia Saudita a pesar de las estrictas políticas de género que tiene, para el año 2014, impuso como curso obligatorio el programa CODE (conocer de emprendimiento) a más de 17 instituciones tecnológicas para mujeres y se formaron a 33 mujeres en educación técnica y profesional para garantizar que en el país haya suficientes educadoras en programas de emprendimiento (OIT, 2015).

### **1.3.2 Políticas de apoyo al emprendimiento en Europa**

**1.3.2.1 Países Bajos.** En este país, establecen políticas emprendedoras en base a programas gubernamentales como el Startup Delta encargados de promover la educación

empresaria y orientación profesional en la población, desde la etapa educativa para fortalecer la toma de decisiones y desarrollo de competencias, como la educación emprendedora fuera de ella. Las políticas se centran en crear conexiones entre la formación profesional y el emprendimiento al establecer suministro de información sobre mercado laboral y brindar prestaciones al mercado laboral, orientación profesional y subvención para la creación de nuevos negocios (Fariña y Suárez, 2022).

### ***1.3.3 Políticas de apoyo al emprendimiento en Oceanía:***

En Australia desde los años 90s, cuenta con la política de corporaciones de investigación y desarrollo (RDC) para los emprendimientos y nuevas empresas encargadas de facilitar la innovación dentro de las áreas rurales, por otro lado el sector privado que se encarga del apoyo financiero mediante la donación de un tributo denominado “levy” el cual es recolectado por el Estado para luego ser invertido en estas corporaciones, además el sector privado se encargan de brindar asesorías a las compañías encargadas de la I+D. Los RDC rurales de los emprendimientos y pequeñas empresas también se encargan de facilitar trámites de logística y de comercialización (Moguillansky, 2015).

### ***1.3.4 Políticas de apoyo al emprendimiento en América***

**1.3.4.1 Colombia.** Fue seleccionado como el mejor país en Latinoamérica para abrir un emprendimiento, esto a causa de las políticas gubernamentales que priorizan al emprendimiento y debido a las políticas que existen en cuanto a impuestos, tasa de interés y trámites de burocracia, los mismos que no forman una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de las empresas o son aplicados de una manera coherente. En 2021, la puntuación a las políticas gubernamentales en Colombia, obtuvo un 5,7 sobre 10 puntos, lo que destaca en cuanto a indagar que las políticas favorecen a las empresas con reciente creación y en etapa de crecimiento (siendo efecto de la legislación, regulaciones, licencias de funcionamiento e impuestos) y el apoyo a nuevas empresas es una prioridad de

la política tanto del gobierno nacional como de las administraciones departamentales. Además, se estima que los empresarios pueden registrar nuevos negocios a un costo razonable y hacer trámites burócratas como obtención de licencias y permisos en un corto plazo de tiempo, aproximadamente una semana (Romero et al., 2023).

**1.3.4.2 Uruguay.** En el año 2019 en Uruguay, se aprobó la ley de sociedad por acciones simplificadas, abarcándose al ámbito tributario que tiene el propósito de facilitar el crecimiento y digitalizar a las empresas y facilitar los trámites jurídicos y condiciones que ayuden a emprendedores a abrir sus negocios en poco tiempo y el capital debe ser representado por acciones y accionistas, que un emprendimiento cuente con accionistas, le permitirá tener un mejor financiamiento y por otro lado, se contará con otros miembros que ayuden a facilitar los procesos de burocracia y jurídicos. Esto ha servido como una herramienta que ayude a remover los obstáculos creados por las regulaciones políticas y ayude a resolver las dificultades presentadas en trámites formales, tiempos extensos para crear una empresa, así como la digitalización de los negocios (Brites y Mislev, 2019).

**1.3.4.3 Brasil.** Brasil es uno de los países con mejores posibilidades para la generación de emprendimientos y de empresas Jr; esto se debe a que Brasil tiene políticas públicas con los programas Innovar Fundos e Innovar Forum, que instaure que una parte del presupuesto del Estado, debe estar destinada a los emprendedores en etapa naciente, además del apoyo financiero, se encargan de brindar diversas ideas relacionadas con la innovación a las nuevas empresas y que ayuden al país en su desarrollo de biotecnología, generación de fuentes energéticas, sector de la salud, etc. (Camacho y Rocio, 2020).

#### **1.4 Ecosistema emprendedor en Ecuador**

Ecuador es un país con un ecosistema de emprendimiento e innovación, en vías de desarrollo o de crecimiento, en los últimos años ha aumentado los esfuerzos en políticas y prácticas de apoyo emprendedor que ayuden a fortalecer los recursos humanos, recursos

financieros e infraestructura de las instituciones públicas y privadas para beneficiar a emprendedores e impulsar los emprendimientos emergentes. Se determina que debería existir una mejor coordinación entre las organizaciones públicas y privadas con las académicas para mejorar el sistema emprendedor dentro del país (Izquieta, 2022).

#### **1.4.1 Razones para emprender en Ecuador**

Las diferentes razones que tienen los ecuatorianos para emprender, según el Registro Nacional de Emprendimiento (2019), son 82,7% por falta de trabajo; 36,5% para aumentar el capital que posee; 52,7% para realizar un cambio con nuevas ideas y el 35,7% por tradiciones familiares. En 2019, Ecuador fue elegido como uno de los países más emprendedores en Latinoamérica, con cifras de la tasa de actividad emprendedora de 36,2%, mayor a la existente en el año 2017, cifras que indican que al menos 3 millones de ecuatorianos entre las edades de 18 y 64 años tenían un negocio con al menos 4 años de funcionamiento o habían empezado un negocio. Además, se clasificó los emprendimientos más comunes en Ecuador en donde destacan: la venta de productos ecológicos, cursos particulares, tiendas de ropa y negocios de comida rápida (Lasio et al., 2020).

#### **1.4.2. Elementos del ecosistema emprendedor del Ecuador**

En el siguiente apartado, se mencionará cuáles son los actores o elementos que conforman el ecosistema emprendedor del país y cuál es su rol dentro del país, aportando esfuerzos, recursos, e impulso de crecimiento en los negocios, los elementos son:

**1.4.2.1 Políticas emprendedoras.** En el año 2021, Ecuador tuvo su primera Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, que fue formulada en el año 2021; ya que en años anteriores solo se tenía establecido el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones creado en 2010. En 2017 se tuvo al Reglamento de Registro de Acreditación y Fortalecimiento de Espacios de Innovación y Agentes de Innovación, que tenía como objetivo facilitar trámites burócratas para los espacios de innovación o instituciones que ayuden a

acelerar empresas, sin embargo, todavía no había una ley específica dedicada al emprendimiento (Toalombo y Holger, 2020).

Mencionado lo anterior, se ha podido entender que las políticas públicas han jugado un papel importante en el ecosistema emprendedor del país, en especial en los últimos diez años, donde cada vez se les ha tomado más importancia y se ha considerado en su normativa a las instituciones que brindan apoyo y programas que motiven el espíritu emprendedor en el país y a su vez generen proyectos productivos. Las políticas deben crear las condiciones necesarias en un ambiente que exista un aumento de conocimiento, experiencia y optimización de recursos para el correcto funcionamiento de un emprendimiento. Las políticas a favor del emprendimiento han ayudado al país a reducir los trámites administrativos y de funcionamiento, aunque por otro lado ha obstaculizado algunos pasos (Solange, 2017).

**1.4.2.2 Cultura emprendedora.** Se ha estimado que en el país, muchos emprendedores, no se encuentran dispuestos a la toma de riesgos o realizar un plan de negocio innovador, los emprendedores tienden más a realizar una idea de negocio por escasez económica y necesidad que por aprovechar las oportunidades disponibles en la zona; muchos emprendimientos tienen poca aspiración a mejorar y expandirse, mientras que el apoyo institucional se da a corto plazo (Alianza para el Emprendimiento e Innovación, 2015).

En los colegios y universidades del país, se han instaurado mallas curriculares con el propósito de difundir la cultura y el espíritu emprendedor desde edades tempranas hasta la educación superior. En la malla curricular, se encuentran metodologías que brindan oportunidad a los estudiantes, que puedan realizar proyectos relacionados al emprendimiento, que cuenten con ferias de emprendimiento o elevator pitch de sus proyectos; este tipo de herramientas generan las habilidades necesarias para el desarrollo de sus ideas y familiarización con la cultura emprendedora (Araque y Burbano, 2020).

**1.3.2.2 Sector privado.** Está conformado por instituciones bancarias, incubadoras de emprendimientos e instituciones de educación privada; este sector conforma un 20% del incentivo de la cultura emprendedora en el país y se lo señala como el responsable de la ejecución de los emprendimientos, ya que las iniciativas a los emprendedores se ven fortalecidas por la apertura de mercados, el clima económico y el apoyo financiero, esto ha producido que el 51% de los emprendimientos abiertos estén dentro del sector servicios (Landsdale et al., 2020).

En el país existe gran variedad de apoyo privado, desde el financiero que está organizado por el Banco Pichincha y el Banco de Guayaquil, que piden como requisito que los emprendimientos cumplan al menos un año de funcionamiento y sean negocios estables para permitirles la oportunidad de acceso a créditos. En cuanto a apoyo formativo, las cámaras de comercio que existen en las ciudades principales del país, ofrecen asesorías para emprendedores en planes de administración de un negocio, asesoría financiera para el pago de impuesto y el cumplimiento de las normas que el SRI establezca (Juana, 2017).

**1.4.2.3 Sector público.** Este sector es el encargado de la creación de políticas y leyes que brindan apoyo a los emprendimientos o puedan agilizar los trámites burócratas para el correcto funcionamiento de los mismo, se estima que tan solo el 8% de la cultura emprendedora del país es generada por el sector público tanto en gobiernos centrales como gobiernos locales (Cimientos, 2011).

El Ministerio de Industrias y Productividad (MIES) es la mayor institución pública en el país encargada de mejorar las condiciones y capacidades de las micro empresas de forma individual, se encarga de la promoción y fomento a la proyección de la producción para el acceso a los activos y contribuir de manera positiva a los emprendimientos y al buen vivir social, el MIES ayuda a fortalecer los emprendimientos de las personas que acceden a ayuda social (Crédito de Desarrollo Humano), acompaña a los emprendimientos desde su inicio para

evaluar su factibilidad y vincular los emprendimientos con proyectos gubernamentales (Landsdale et al., 2015).

**1.4.2.4 Tecnología.** La tecnología produce adaptación, con el fin de que los negocios puedan durar más tiempo, crear un nuevo nicho de mercado y buscar espacios en donde exista interacción entre emprendimiento y clientes. Ecuador es un país con tecnologías de la información y comunicación que se encuentra en vías de desarrollo, con el surgimiento de la pandemia, hubo crecimiento en el e-commerce. La digitalización de los servicios ha continuado en aumento durante los últimos años, entidades tanto públicas como privadas han creado nuevas plataformas para realizar el comercio electrónico y se ha comenzado a implementar la inteligencia artificial en sus procesos (Ortiz y Tasinchano, 2022).

**1.4.2.5 Academia.** Hace referencia a las instituciones educativas, que se encargan de brindar formación emprendedora a los ciudadanos con las herramientas necesarias para la correcta formación y crear los espacios necesarios para el desenvolvimiento a los emprendimientos (Landsdale et al., 2015).

En la academia, han existido varios programas de apoyo emprendedor dado principalmente por universidades privadas en el país, donde destaca la Universidad Andina Simón Bolívar que cuenta con el Observatorio Pymes, programas de fortalecimiento a las Pymes e impulsar foros y conversatorios relacionados al ámbito empresarial; La Universidad Técnica Particular de Loja que cuenta con el Centro de Innovación y Emprendimiento Prendho, que impulsa a los emprendimientos a familiarizarse con aspectos de innovación y brindarles un capital semilla para que puedan desarrollar su idea de negocio, además cuenta con la Catedra de Innovación y Emprendimiento encargada de la formación y el fortalecimiento de la cultura emprendedora: la Universidad Católica del Ecuador, que en sus diversas sedes, realiza varias ferias de emprendimiento al año y se encarga de impulsar los proyectos emprendedores a sus estudiantes (Juana, 2017).

### **1.4.3 Debilidades que enfrenta el ecosistema emprendedor en Ecuador**

Ecuador a pesar de ser un país que cuenta con variedad de instituciones que apoyan a los emprendedores, se ha detectado desafíos significativos dentro del ecosistema emprendedor que impactan el desarrollo y crecimiento de nuevas empresas en el país, como la falta de acceso a financiamiento, la burocracia gubernamental, la limitada cultura de innovación, entre otros. Este tipo de debilidades, se describirán a continuación:

**1.4.1.1 Corto periodo de vida.** A pesar que Ecuador es el segundo país con mayor actividad emprendedora (TEA) en Latinoamérica, existe una paradoja entre el TEA y la duración del periodo de vida de los emprendimientos, se estima que el 85% de los emprendimientos ecuatorianos no superan sus tres años de creación; estos datos han sido consecuencia de un modelo de negocio tradicional que produce la falta de adaptación de los emprendimientos a los procesos tecnológicos, carencia de aspectos innovadores, basar la toma de las decisiones de un negocio en forma empírica y no realizar un análisis técnico o una investigación que genere una mayor visualización del mercado al que los emprendimientos se exponen (Salgado, 2023).

Por otro lado, el GEM durante el año 2020 presentó las principales causas por las cuales los emprendimientos en Ecuador abandonan el mercado, la principal se da por inconvenientes familiares (32,7%), seguida por la falta de rentabilidad que tiene un emprendimiento (25,2%) y la falta de posibilidades en conseguir un financiamiento para mejorar el negocio (16,6%) (pág. 20).

**1.4.3.2 Baja educación emprendedora.** Otra barrera que ha afectado al ecosistema emprendedor en Ecuador son las falencias que existen dentro de la educación emprendedora a edades tempranas, que muchos emprendedores durante el paso de los años, no se familiaricen, tengan desinformación respecto a conceptos de innovación, diseño de proyectos o financiamiento; provocando que los emprendimientos creados no generen un valor adicional y duren poco tiempo en el mercado (Acuña, 2022).

Ecuador ha obtenido resultados desfavorables en cuanto a la educación emprendedora proporcionada a sus ciudadanos durante la etapa estudiantil. La mayoría de los emprendedores reciben formación en emprendimiento después de completar sus estudios secundarios, y dicha formación suele ser insuficiente. La educación emprendedora en la etapa secundaria ha sido uno de los aspectos más criticados del ecosistema emprendedor en el país. El 60% de los emprendedores en Ecuador no contaban con educación sobre emprendimiento durante su etapa en el colegio. Aquellos que sí recibieron alguna formación en esta área, generalmente se limitó a conocimientos en contabilidad, descuidando aspectos cruciales como la innovación, el pensamiento crítico y la creatividad (Lasio et al; 2020).

Por ese motivo, la educación emprendedora, debe orientarse a edades más tempranas y conforme una persona crezca tengan un mayor conocimiento sobre cómo llevar sus planes en acción con menos dificultades en el camino (Acuña, 2022).

**1.4.3.3 Innovación.** Dentro del país, el Global Innovation Index, posicionó a Ecuador en el puesto 99 de 136 en cuanto a innovación emprendedora, siendo una de las cifras más bajas dentro de la región, a pesar de que exista gran actividad emprendedora en el país (Lasio et al., 2020).

Estos datos han sido resultado de la baja inversión que ha existido en el campo de investigación y desarrollo, reducción de capital y el desinterés de producir patentes. En muchas ocasiones las instituciones de apoyo al emprendedor y los mismos emprendedores les dedican más importancia a los aspectos de financiamiento para conseguir el capital suficiente en desarrollar sus ideas, dejando de lado los procesos de aprendizaje iterativo relacionado con la toma de decisiones y el aprovechamiento de oportunidades que se relacionan con la innovación. Así como existe financiamiento para desarrollar las ideas de un negocio, debe destinarse un presupuesto a la innovación que incluya las tendencias cambios en la estructura organizacional de un negocio e incluir las tendencias de compra al cliente; además dejar el paradigma de que la innovación solo es necesaria para las grandes

empresas, en cambio también es un factor útil para los nuevos emprendimientos (Erazo, 2018).

**1.4.2.4 Falencias políticas.** La principal falencia que existe dentro de las políticas en el ecosistema emprendedor del país, es la carencia de aquellas que establezcan coordinación entre las entidades gubernamentales y los ministerios para los programas dedicados a emprendedores, el Ministerio de Producción del país ha tenido iniciativas y han invertido recursos pero no se ha podido enlazar o ser planificadas con las prefecturas de cada provincia o los municipios, demostrando que existe una carencia política de trabajo en conjunto y que cada entidad realiza sus prácticas por separado sin dedicarse al beneficio colectivo; por otro lado tampoco existe conexión entre las instituciones que brindan apoyo financiero con el resto de instituciones que apoyan al emprendedor, ya que las instituciones financieras se limitan al apoyo monetario, sin embargo se desvinculan de ofrecer conocimientos sobre tecnología e innovación o mejora de la productividad. Finalmente, que exista una política para emprendedores, no garantiza que se estén dando buenos resultados, al no existir una evaluación que brinde información sobre la satisfacción de los emprendedores ante estas políticas y el apoyo institucional, dando una inexistente transparencia de impacto social (Araque, 2021).

**1.4.2.4 Acceso a financiamiento.** El financiamiento es el factor principal que permite el desarrollo de los emprendimientos y tener la facilidad de entrada al mercado. En los últimos años ha habido mayores entidades que apoyan al financiamiento emprendedor tanto instituciones bancarias como incubadoras de emprendimientos; a pesar de esto aún existen dificultades para acceder a un financiamiento debido a los complejos requisitos solicitados, por lo que muchos ciudadanos si desean mayor presupuesto, deciden optar por el financiamiento informal (Díaz, 2022).

Se estima que apenas el 30% de emprendedores en el país, ceden a la alternativa de adquirir un financiamiento bancario, por lo que muchos emprendedores no apuestan a invertir grandes cantidades en la etapa de creación del emprendimiento (Grønneberg, 2020).

Dicho esto, se cree que las instituciones bancarias deban reducir la tramitología para la creación de negocios para facilitar el acceso a créditos formales dentro de la etapa naciente de los emprendimientos (Faro, 2019).

### **1.5 Ecosistema emprendedor de la provincia de Loja**

En una investigación realizada en 2023 por el Centro de Innovación y Emprendimiento Prendho, se estima que la provincia de Loja tiene un desarrollo intermedio en cuanto a innovación y emprendimiento, obteniendo una calificación de 55 puntos sobre 100 destacando en aspectos como formación al emprendedor, CTI (Ciencia Tecnología e Innovación) junto a oportunidades y la articulación entre instituciones, sin embargo presenta debilidades en factores como el financiamiento, capital humano y regulación de políticas (Cárdenas et al., 2023).

Dentro de los dieciséis cantones de la provincia de Loja, los emprendimientos que más destacan son los que están relacionados a los productos artesanos en los que se encuentran los relacionados a tejidos, la elaboración de cerámicas, carpintería doméstica, mecánica industrial (desgranadora de maíz, elaboración de molinos de maíz y productos relacionados a la agricultura local), estos emprendimientos lastimosamente ha sido poco valorados dentro de la provincia, al tener una remuneración e ingresos menores a un sueldo básico por mes, lo que ha provocado baja motivación emprendedora en los cantones de la provincia, por otro lado, algunos emprendedores siguen buscando esfuerzos para sobresalir, gracias a instituciones que apoyan al emprendedor en los cantones como Asociación Interprofesional del cantón Paltas, que ayuda a asesor y facilitar trámites burócratas a los emprendedores artesanales del cantón (Eras, 2020).

#### ***1.5.1 Motivaciones para emprender en la provincia de Loja***

Se estima que la razón principal por la cual los ciudadanos han emprendido en la provincia de Loja es debido a que consideran que emprender es la mejor opción para ser independiente económicamente (58,42%); seguida por un 36,2% por obtener una fuente de

ingresos más allá del sueldo que reciben; sin embargo tan solo el 21,05% de los emprendedores en la ciudad lo han hecho porque vieron una oportunidad de negocio en el mercado. Esto demuestra que, en la provincia de Loja, emprender es una cuestión de necesidad antes que un aprovechamiento de oportunidades (Reyes, 2023).

### **1.5.3 Debilidades en el ecosistema emprendedor de la provincia de Loja**

**1.5.3.1 Inseguridad.** Uno de los factores que más ha incidido en la provincia en los últimos años es el aumento de inseguridad en la provincia, factores como la extorsión a los negocios, robos a mano armada, vandalismo y aumento de migrantes de paso, han provocado que muchos emprendimientos de la zona cierren sus puertas o tengan pérdidas de las ganancias recibidas; algunos negocios han optado por contratar personal de seguridad privada, para evitar problemas de vandalismo en sus espacios (Solórzano, 2023).

**1.5.3.2 Cultura empresarial tradicional.** En un estudio hecho para la revista "Universidad y Sociedad", acerca de las provincias de la Zona 7 del país, donde está incluida la provincia de Loja. Se manifiesta una cultura empresarial débil y niveles bajos en cuanto a emprendimiento se refiere, lo que direcciona al sector industrial de la Zona 7, a un desarrollo deficiente con un sector de servicios que no presenta algún valor adicional. En la provincia de Loja apenas el 4,1% del VAB (valor actual bruto) proviene del sector industrial frente al 85,5% que proviene del VAB proveniente del sector de servicio, manifestando que la mayoría de emprendimientos en la zona tienen una oferta similar entre sí al dedicarse principalmente a negocios como la comida rápida y excluyendo factores como la tecnología e innovación, lo que hace que un emprendimiento sea más propenso a fracasar (Benitez, 2019).

**1.5.3.3 Acceso a financiamiento.** Las fuentes de acceso a financiamiento, es el aspecto más negativo que existe dentro de la provincia; la mayoría de financiamiento que obtienen los emprendedores es gracias a las instituciones públicas y las fuentes de financiamiento privado son bajas en la provincia, como es común en las ciudades de desarrollo intermedio, a pesar que existe fuentes de financiamiento público no son suficientes

para cubrir las necesidades que existen en las ciudades intermedias; las instituciones privadas muestran desinterés en apalancar emprendimientos locales ya sean nuevos o emprendimientos ya establecidos, esto se debe al perfil conservador de las personas que manejan las instituciones, que no toman riesgo en invertir para los emprendimientos y prefieren optar por certificados de depósito a plazos (Cárdenas et al., 2023).

## **Capítulo dos**

### **Metodología**

**El proceso metodológico que ha sido aplicado para obtener los resultados de la investigación se describe a continuación:**

#### **2.1 Tipo de investigación:**

**El tipo de investigación utilizado en el presente trabajo ha sido la investigación descriptiva:**

**La investigación descriptiva, según Guevara (2020) es “el tipo de investigación que define características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (págs. 2-3).**

**La investigación descriptiva ayudó a analizar detenidamente los diferentes tipos de apoyo institucional recibidos por los emprendedores en la provincia. Por otro lado, permitió la descripción de la percepción de los emprendedores acerca de la ayuda ofrecida por las instituciones públicas y privadas de la provincia, además de conocer la satisfacción de los emprendedores acerca de este tipo de ayudas y analizar el conocimiento sobre las políticas de apoyo al emprendedor existentes actualmente en el país.**

#### **2.1 Métodos de investigación**

**El método de investigación que se ha decidido utilizar para el correspondiente trabajo investigativo ha sido:**

### **2.1.1 Investigación deductiva**

Para Bernal (2016) el método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares, se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes y principios de aplicación universal para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.

En la investigación, se aplicó el método deductivo para describir los países con gran ecosistema emprendedor y ejemplos de actividades exitosas que realizaron para llevar los emprendimientos al éxito; luego se describió el ecosistema emprendedor en Ecuador, para conocer sus leyes, fortalezas y debilidades; para finalmente tener un panorama de cómo es el entorno emprendedor en la provincia de Loja y cuál es el punto de vista de los emprendedores hacía las instituciones que brindan apoyo.

### **2.1.2 Investigación inductiva**

El método inductivo es el proceso que va de lo específico a lo general, primeramente, se dan a conocer los comportamientos particulares en el ámbito real para descubrir donde surgen patrones y generalidades o se procesa información de los acontecimientos presentados sin recurrir a una causa, ya que esta se debe ir descubriendo en la investigación (Gracia, 2010).

Se utilizó el método inductivo para describir las acciones realizadas por los organismos públicos, mixtos y privados en cuanto a brindar actividades de apoyo y oportunidades de crecimiento en los emprendimientos de la provincia de Loja, lo que ayudó a conocer las percepciones de los emprendedores respecto a las acciones que han sido tomadas o si el apoyo recibido ha sido efectivo, por otro lado, se pudo saber cuáles son sus nuevas necesidades ante el panorama actual del apoyo institucional.

De acuerdo con las percepciones obtenidas por los emprendedores de la provincia de Loja, este método sirvió para entender el comportamiento de las instituciones que ofrecen apoyo emprendedor a nivel nacional, la razón de por qué se brindan determinado apoyo, sus fortalezas y debilidades.

## **2.2. Diseño de la investigación**

A través del siguiente trabajo, se contribuye al conocimiento existente en el campo del apoyo institucional a emprendedores y proporcionar insights relevantes, por lo que el siguiente apartado presenta una descripción detallada sobre el diseño de la metodología utilizada, así como los aspectos clave del diseño de investigación.

### ***2.2.1 Documental***

La investigación documental es una serie de métodos y técnicas que sirven como instrumento para sustentar una actividad metodológica, establecida por la recopilación de artículos científicos para su procesamiento y difusión (Cabara, 1993).

La investigación documental sirvió para recopilar información del apoyo institucional hacia los emprendedores a nivel internacional, luego el apoyo que realizan las instituciones en el país para finalmente determinar el tipo de apoyo institucional en la provincia de Loja. Esta investigación ayudó a recopilar información de las diferentes acciones en las instituciones públicas y privadas que fortalezcan el ecosistema emprendedor en la provincia.

### ***2.2.2 De campo***

Es un tipo de investigación que se presenta mediante una variable externa, con el fin de descifrar las causas que producen una situación. Este proceso, utiliza el método científico con el objetivo de obtener nuevos conocimientos y resultados, además de descubrir las necesidades y problemas en una realidad social. En este tipo de investigación destaca la recolección de datos primarios que son obtenidos de forma directa, lo que permite validar las verdaderas condiciones donde se han obtenido los datos y facilitar los procesos de revisión y recopilación (Graterol, s.f.).

Se utilizó la investigación de campo, para recolectar los datos primarios mediante las encuestas dirigidas a los emprendedores, lo que permitió conocer de forma directa su percepción sobre el apoyo institucional brindado o qué tipo de ayuda se les ha concedido; además los beneficios obtenidos de este apoyo institucional o las barreras que se les ha impuesto. Por otro lado, mediante entrevistas se recopiló información desde las instituciones de apoyo al emprendedor, para conocer los servicios que ofrecen y su enfoque como institución que aporta al desarrollo del ecosistema emprendedor en la provincia.

### **2.3. Enfoque de la investigación**

En función de lo establecido en el diseño de la investigación, se decidió que el presente proyecto de investigación tenga un enfoque de estudio mixto, que ayudará a la recopilación y análisis de datos cuantitativos como a describir resultados cualitativos, de esta forma integrar los siguientes métodos de investigación:

#### ***2.3.1 Investigación cuantitativa***

Esta investigación ayuda a obtener resultados numéricos que son medibles y clasificables, se caracteriza por ser objetiva al poder obtener datos que serán usados en procesos estadísticos con la finalidad de obtener conclusiones y determinar variables dentro de una población; en un futuro nuevos investigadores podrá basarse en los resultados obtenidos para realizar otros estudios del mismo ámbito (Babativa, 2017).

La investigación cuantitativa estuvo dirigida hacia los emprendedores de la provincia de Loja, lo que ayudó a recoger los datos requeridos, mediante un cuestionario sobre la percepción del apoyo institucional que se les ha otorgado. Lo que permitió que se realice un muestreo estadístico, tabulación de datos para obtener los resultados de la investigación.

#### ***2.3.2 Investigación cualitativa***

La investigación cualitativa se encarga de estudiar el contexto de las personas que conforman la muestra del estudio al interactuar de forma directa, siguiendo una conversación común y no esperar un intercambio entre preguntas y respuestas; no se encarga de recoger datos medibles y evaluar una hipótesis, sino buscar el punto de vista de cada informante para entender mejor un entorno (Quecedo y Castaño, 2003).

Esta investigación permitió obtener datos cualitativos a través de entrevistas dirigidas a los directivos de las instituciones que apoyan a los emprendedores en la provincia. Estas entrevistas fueron fundamentales para conocer el tipo de apoyo ofrecido, el número de emprendedores beneficiados y los planes futuros de las instituciones. Esta información es crucial para entender cómo las instituciones están contribuyendo al ecosistema emprendedor local y qué mejoras se pueden implementar para fortalecer el apoyo a los emprendedores en la provincia.

## 2.4. Técnicas de recolección de información

Las técnicas de recolección de datos serán aplicadas a los emprendedores y las instituciones públicas y privadas de la provincia de Loja, mediante los siguientes instrumentos:

### 2.4.1 Encuesta

Es una técnica diseñada para obtener datos más específicos y de forma rápida, permite tener gran alcance y abarcar variedad de temas al utilizar técnicas de muestreo que generen resultados extensos en una población. La encuesta se realizó mediante un cuestionario que está conformado en su mayoría por preguntas cerradas basadas en la identificación de un problema e hipótesis generadas; por otro lado, se puede obtener las características de un encuestado (Casas, 2003).

La encuesta se aplicó exclusivamente a los emprendedores de la provincia de Loja, en donde se llevó a cabo un cuestionario que estuvo dividido en cuatro bloques (ver apéndice A), el primer bloque se enfocó en los datos generales de los emprendedores para conocer su perfil y caracterización. El bloque dos, referente a la formación laboral, la experiencia emprendedora, actividad económica que realizan, tiempo presente en el mercado y apoyo institucional recibido. El bloque tres ayudó a conocer la percepción que tienen los emprendedores acerca del apoyo institucional en la provincia de Loja. Finalmente, el bloque cuatro permitió conocer el nivel de satisfacción y las sugerencias que tienen los emprendedores para que las instituciones mejoren el apoyo institucional.

### 2.4.2 Entrevista

La entrevista es un instrumento que implica una conversación con diálogos coloquiales que tienen la finalidad de obtener un nuevo conocimiento en un determinado ámbito; se da entre dos actores, el interrogante y el objeto de estudio, en donde el interrogante obtiene respuestas de un problema propuesto ante las preguntas que se plantea. Este instrumento es muy utilizado en la investigación cualitativa ya que se dedica a recalcar hechos, obtener información detallada y crear mayor cercanía con el objeto de estudio (Díaz y Torruco, 2013).

Las entrevistas estuvieron dirigidas a los directivos de las instituciones públicas y privadas de la provincia, encargadas en brindar apoyo a los emprendimientos de la provincia y

mejorar el ecosistema emprendedor. Se diseñó como instrumento un guion de entrevista estructurada, que contó con diez preguntas. (ver en apéndice B).

## 2.5. Población objeto de estudio

En la investigación, se buscó obtener una comprensión más profunda del apoyo institucional para los emprendedores y sus implicaciones dentro de las instituciones de la provincia de Loja. En la siguiente sección se detalló los criterios de inclusión sobre la población de estudio, así como los procedimientos utilizados para seleccionar y analizar la muestra de la población.

## 2.6 Muestra

Para la investigación, se ha utilizado la muestra por conveniencia, la cual es un tipo de muestreo no aleatorio que se utiliza para dar mayor facilidad de acceso a una parte de la muestra, permite elegir arbitrariamente cuantos encuestados hubo en el estudio. Dentro de una población menor a cien mil, se estableció el parámetro de ejecución de 200 encuestas dirigidas exclusivamente a los emprendimientos dentro de la provincia de Loja (Hernández, 2018).

### 2.6.1 *Emprendedores*

El estudio consideró como población los emprendimientos de la provincia de Loja. Según la Ley Orgánica de Innovación y Emprendimiento (2020) se define a emprendimiento como “un proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo” (pág. 4).

La población, se obtuvo en la página web del Servicio de Rentas Internas (2023), la cual presentó la cantidad de emprendimientos que han sido registrados en la provincia de Loja que se encuentran activos y ofreció información detallada de los mismos, como: fecha de inicio de actividades y tipo de actividad económica. Dentro de la provincia de Loja, se detectó que operan 24520 emprendimientos activos al 2023.

### 2.6.2 Instituciones que apoyan al emprendedor

**Para la obtención de información mediante entrevistas, la población fue conformada por las instituciones públicas y privadas que brindan apoyo al emprendedor en la provincia de Loja.**

**Tabla 1**

Instituciones que apoyan al emprendedor en la provincia	
Instituciones	Tipo de entidad
Municipio de Loja	Público
Prefectura de Loja	Público
Universidad Nacional de Loja	Público
Super Intendencia de Compañías	Público
Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.	Público
KRADAC	Privado
Cooperativa de Ahorro y Crédito "Fortuna"	Privado
Prendho UTPL	Privado
Banco de Loja	Privado
Instituto Tecnológico Superior "Bolivariano"	Privado
Somos Loja	Privado
Emprendec	

## **2.7 Procesamiento y análisis de datos**

Para el procesamiento de la información recopilada mediante el cuestionario de encuesta, se utilizó Microsoft Excel, y la presentación de los resultados se realizó mediante gráficos, facilitando su análisis y comprensión visual. Por otro lado, para procesar la información obtenida de las entrevistas, se empleó el método de organización de temáticas y relato de hechos. Este enfoque permitió identificar y categorizar los servicios ofrecidos por las instituciones analizadas, proporcionando una visión clara y estructurada de su apoyo a los emprendedores en la provincia.

## **Capítulo tres**

### **Políticas e instituciones de apoyo al emprendedor en la provincia de Loja**

#### **3.1 Políticas y leyes que aportan al fortalecimiento de los emprendimientos lojanos**

En Ecuador como tal no existía una ley dedicada exclusivamente al emprendimiento en el país, hasta el 28 de febrero del 2020, que se publicó en el Registro Oficial, la Ley de Emprendimiento e Innovación, generando apoyo a las incubadoras de emprendimientos, creando agendas para desarrollar innovación en el ecosistema emprendedor del país, entre otras estrategias (Toalombo y Holger, 2020).

En esta ley se establecieron los siguientes acuerdos:

##### ***3.1.1 Organismos para promover el emprendimiento nacional***

Con la ley se crea el Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación como organismo encargado de promover el emprendimiento y la competitividad en el país mediante la coordinación interinstitucional y generar alianzas con instituciones públicas, privadas y la academia; donde destacan instituciones como: Ministerio de la Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca; la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación; Cámaras de la Producción; Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales, entre otros (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020, p.6).

Se crea el Registro Nacional de Emprendimiento (RNE) encargado del registro y actualización en línea de los emprendimientos creados en el país, donde se puede inscribir cualquier persona natural o jurídica con ingresos menores a 1.000.000 USD o que tenga menos de cinco años de antigüedad en el mercado y aprovechar los beneficios que brinda el RNE (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020, p.8).

Además se crea el régimen especial de contratación de personal para emprendimientos, que se encargará de la generación de puestos de trabajo y formalizar las actividades laborales de los emprendimientos para establecer horarios de jornadas laborales, duración de contratos y remuneraciones, afiliación de trabajadores al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) para la obtención del seguro social, por otro lado prohibición de emprendimientos donde exista trabajo infantil o explotación laboral (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020, p.15-16).

### ***3.1.2 Difusión del espíritu emprendedor***

La ley establece que los centros educativos, en todos sus niveles, deben crear entornos que fomenten la presentación, difusión y promoción de proyectos emprendedores en colaboración con diversos sectores, ya sean productivos, de servicios reales o virtuales, públicos o privados, lo que permitirá que los estudiantes participen en actividades que fortalezcan su espíritu emprendedor e innovador, así como su iniciativa empresarial, al desarrollar habilidades como la creatividad, la iniciativa, el trabajo en equipo, la confianza en sí mismos y el pensamiento crítico (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020,p.10).

Se consolida la creación de espacios para la difusión del emprendimiento en los niveles educativos y promover los proyectos de emprendimiento en los estudiantes, en los sectores productivos o en los servicios virtuales tanto en instituciones educativas públicas como privadas, esto permitirá a los alumnos afianzar el espíritu emprendedor, trabajo en

equipo y desarrollo de la creatividad. Por otro lado, en las instituciones de educación superior se debe implementar la educación emprendedora e innovación en donde debe haber seguimiento de este tipo de educación para su evaluación y cualificación (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020, p.10).

### **3.1.3 Accesibilidad de financiamiento**

La ley propone la creación de plataformas de fondos colaborativos o crowdfunding, donde puedan ser miembros las personas públicas y privadas que serán los promotores en recaudar fondos para los emprendedores que necesiten apoyo de capital en determinados proyectos, los inversores deben clasificarse en diversas categorías como donación, recompensa, pre-compra, inversión en acciones, financiamiento reembolsable. Las plataformas crowdfunding deben registrarse y estar bajo el control del Consejo Nacional de Valores (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020, p.12).

Las instituciones del sector financiero público desarrollarán anualmente el programa de crédito del sector financiero público, enfocado principalmente en la innovación, el emprendimiento y el progreso tecnológico que promuevan el fortalecimiento del entorno empresarial emergente. Por otro lado, la banca pública establecerá productos y servicios con condiciones favorables en términos de plazos, tasas de interés y períodos de gracia para impulsar el emprendimiento en el país, considerando también condiciones especiales para grupos de atención prioritaria (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020, p.11).

## **3.2 Instituciones y acciones que apoyan al emprendedor en la provincia de Loja**

A continuación, se presentarán las principales instituciones que se encuentran ejecutando planes de apoyo para emprendedores en la provincia de Loja.

### **3.2.1 Prendho UTP**

La institución Prendho UTPL, es conocida como una de las principales instituciones privadas de apoyo emprendedor dentro de la provincia de Loja y conforma parte de las cinco mejores incubadoras de emprendimientos a nivel mundial anexa a una universidad (UTPL).

El objetivo principal de Prendho es desarrollar las capacidades para emprendedores dinámicos en el país, utilizando programas como la incubación para áreas de: agroalimentos, TICs, electrónica, industria creativa y cultural, industria audiovisual y bio-emprendimientos. Prendho lanza tres convocatorias anuales, para seleccionar a los emprendedores que apoyará en sus programas de incubación denominado "Incubiti", a los cuales se proponen diferentes retos relacionados a temas socioculturales de temporada o de interés de los emprendedores en relación a las líneas de Prendho. La institución ha podido ayudar a más de 200 emprendedores a nivel nacional en emprendimientos dinámicos y mil emprendimientos de subsistencia; apoya a los emprendedores en su proceso de preproducción, a emprendimientos que tienen ideas innovadoras y apoyadas con tecnología con potencial de expandirse a un mercado más grande. La institución intenta mejorar cada año en sus condiciones de soporte a emprendedores, busca nuevas ideas en los procesos de prototipados y capacitaciones, en especial en la consecución de financiamiento a los emprendedores en sus etapas tempranas como los fondos de capital de riesgo. La institución evalúa el éxito de sus programas mediante un dashboard acerca del impacto que ha dejado los emprendimientos en la sociedad. Prendho difunde el apoyo ofrecido mediante los canales de marketing digital y redes sociales que posee.

La institución realiza el programa de Incubadora de Industrias Creativas y Culturales, el cual es un programa de siete meses, dividido en tres etapas: la pre-incubación, donde el emprendedor podrá identificar problemas y soluciones innovadoras, así como definir su mercado objetivo; la fase de incubación, en la que se desarrollará un modelo de negocio creativo, se dará forma a la imagen corporativa y se definirá la estructura de costos, además de la fase de prototipado; y por último, la fase de graduación, al finalizar la cual se obtendrán certificados y habrá un seguimiento post-graduación (Prendho UTPL, s.f).

### **3.2.2 *Emprendec***

Es una institución encargada a brindar espacios de coworking y capacitaciones a los emprendedores del país, cuyo director de programas es dirigido por Alex Cárdenas que a su vez es el cofundador de la institución. El objetivo principal de la institución para apoyar a emprendedores es generar espacios que apoye a emprendedores y darles una oportunidad de crecimiento mediante programas educativos y asesorías que desarrollen mejor sus capacidades para emprender como diseño gráfico para hacer llamativo su negocio y generar estrategias de marketing. Los emprendedores apoyados son seleccionados mediante postulación por lo que debe pasar por diversos procesos de selección, dentro de la provincia la institución ha apoyado más de dos mil emprendedores mediante los foros y creación de programas hechos; la institución considera que los principales desafíos que encuentra los emprendedores en la provincia es el limitado espacio de desarrollo o comercialización de los negocios, la capacitación sobre innovación y el networking para expandir el emprendimiento, por lo que la empresa siempre considera expandir el negocio a los diversos cantones de la provincia como Puyango o Saraguro y crear programar más para fortalecer las habilidades de los emprendedores; se evalúa el éxito se sus programas mediante la estabilidad de los negocios que siguen funcionando dentro del mercado nacional. La institución intenta articular de mayor forma las diversas instituciones que apoyan a los emprendedores conformando parte de la mesa de emprendimiento de Loja y el municipio de Loja, difunde su apoyo mediante medios como páginas web y redes sociales.

### **3.2.3 *Cooperativa “Somos Loja”***

Es una cooperativa de servicios de comercialización, conformada bajo los principios de la economía popular y solidaria, cuyo principal objetivo es brindar un espacio físico para facilitar la comercialización de productos textiles y alimenticios de los emprendedores. Esto

les permite exhibir sus productos y contar la historia detrás de ellos. Además, ofrecen programas de mejoramiento de marca y canales de marketing.

La institución no selecciona a los emprendedores que participarán en sus programas, sino que ayuda a pequeños negocios con diversas necesidades para comercializar sus productos. Los convierte en socios de la organización, brindándoles asistencia en los trámites de funcionamiento, como la obtención del RUC, registro sanitario y registro de marca. Hasta el momento, han apoyado a 80 emprendedores desde su creación y cuentan con 35 emprendedores como socios activos, además de 170 que pueden exhibir sus negocios en la tienda física. La organización también ayuda a los emprendedores a mejorar la imagen de sus productos a través de la motivación y el asesoramiento. En el futuro, tienen como objetivo expandirse a la Zona 7 del país y ampliar la red de comercialización para productos de la agricultura campesina, como miel, café y cacao. Para evaluar el éxito de la institución, se basan en el crecimiento de la tienda física y los desafíos enfrentados durante su creación. La difusión del apoyo nacional se realiza mediante la organización de eventos y el boca a boca de los emprendedores que forman parte de la organización.

### **3.2.4 Parque Científico y Tecnológico UTPL**

El Parque Científico y Tecnológico de la Universidad Técnica de Loja (UTPL) es un espacio de emprendimiento e innovación que actúa como un punto de conexión entre la academia, la industria y la sociedad civil.

Para los emprendedores, el parque científico trabaja en la fase de prototipado, vinculando a estudiantes y docentes para generar una mejor visualización de los productos y una mayor certeza sobre los objetivos que pueden alcanzar. La institución realiza convocatorias cada seis meses para la inscripción de emprendedores, sin exigir requisitos, sino evaluando ideas que puedan cubrir necesidades del mercado y brindándoles un espacio para el testeado de productos.

En el último año, el Parque Científico y Tecnológico UTPL ha ayudado a nueve emprendedores de la provincia. La institución se ha encargado de conectar a los

emprendedores con otras entidades que puedan brindar financiamiento e implementar ideas innovadoras en sus modelos de negocio. Además, cuentan con una planta de agroindustria para que los emprendedores puedan testear los productos que desean lanzar al mercado.

Mensualmente, el parque científico organiza el evento "CONEXIA" para establecer redes de contacto entre diferentes empresas y expandir las ideas de negocio de los emprendedores. La institución considera que, si bien la teoría es necesaria para abrir un emprendimiento, es más importante contar con espacios de laboratorios para crear productos y permitir el avance de las ideas de negocio.

El parque científico difunde el apoyo que ofrece a través de los canales tradicionales de la Universidad Técnica Particular de Loja y mediante el boca a boca de los asistentes a los eventos que organiza.

### **3.2.5 Municipio de Loja**

El Municipio de Loja, es una de las principales instituciones públicas en brindar apoyo al emprendimiento e impulsar el desarrollo económico en la ciudad, esta institución es una de las que más se ha encargado en realizar ferias de emprendimientos y crear espacios a los emprendimientos para dar a conocer sus productos y servicios ante los clientes potenciales y la promoción de la producción local, a este proyecto se lo conoce como "Toldas y Gente" que se da en la Plaza de Santo Domingo, el primer viernes de cada mes en el año; por otro lado, se creó el Centro de Emprendimientos "ALOJA" para brindar un espacio físico a los emprendedores y puedan comercializar productos de artesanía y comida saludable (Reyes, 2023).

El apoyo institucional del Municipio de Loja a los emprendedores se manifiesta a través de diversas iniciativas que fomentan el desarrollo económico y social de la región. Un ejemplo destacado de este apoyo es la organización de ferias en colaboración con otras entidades, como el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el MIES Zona 7 y el Ministerio de Cultura. En estas ferias, los emprendedores locales tienen la oportunidad de acceder a mercados para comercializar sus productos de manera justa y efectiva. Estos eventos,

participan más de 60 emprendedores que han recibido apoyo de estas instituciones. El objetivo del evento es facilitar la comercialización justa de productos, permitiendo a los emprendedores concretar sus ideas de negocio y alcanzar nuevos mercados. Además, estas ferias cuentan con la participación de usuarios de los centros diurnos de atención integral a personas con discapacidad del MIES en Loja y otros cantones de la provincia, presentando emprendimientos relacionados con la elaboración manual. La colaboración del Municipio de Loja con otras entidades estatales no solo proporciona recursos financieros, sino que también crea plataformas de exposición y venta que son cruciales para el éxito de los emprendedores locales, fomentando así el crecimiento económico y social de la región (Ministerio de Inclusión Económica y Social , 2017).

El apoyo de la institución a los emprendedores se extiende a la creación de espacios de coworking en lugares emblemáticos como el Parque Bolívar. En estos espacios, se desarrollan ferias artesanales con el respaldo de la gerencia de Inclusión Económica del Municipio de Loja, donde una variedad de productos artesanales se comercializa a precios accesibles. La inauguración de estos eventos tiene como objetivo regularizar a los grupos de artesanos y emprendedores de proyectos municipales, beneficiando a sectores que dinamizan la economía del cantón Loja. Este espacio fue inaugurado debido a la importancia de recuperar los espacios públicos, permitiendo dinámicas de trabajo que ofrezcan las mejores oportunidades para satisfacer la necesidad de empleo de los ciudadanos. Estos espacios de coworking no solo facilitan la comercialización de productos artesanales, sino que también proporcionan un entorno colaborativo donde los emprendedores pueden intercambiar ideas, recibir asesoramiento y acceder a recursos compartidos. La iniciativa del Municipio de Loja promueve así un entorno de trabajo inclusivo y productivo, vital para el crecimiento y desarrollo económico de la región (Díaz, 2020).

### **3.2.6 Corporación Ferias de Loja**

La institución "Corporación Ferias de Loja" tiene sus raíces en el evento "La Feria de Loja", que se celebra de manera ininterrumpida desde 1829, cuando el Libertador Simón Bolívar la decretó con el objetivo de generar integración entre los países de la Gran Colombia, viendo a Loja como un punto clave para el intercambio comercial y la promoción cultural, convirtiéndola en la primera feria de América del Sur. Hasta 2015, la feria fue gestionada por el Comité de Ferias de Loja. Sin embargo, en 2016 se creó la Corporación de Ferias de Loja, una organización no gubernamental de derecho privado y sin fines de lucro, compuesta por 14 instituciones públicas y privadas, que actualmente administra la Feria de Loja. En los últimos años, la feria ha incrementado el número de expositores, lo que ha permitido especializar el evento y crear nuevas alternativas de exposición y comercio para los visitantes. El impacto de la feria en el ecosistema emprendedor de la región ha sido significativo, con una creciente incidencia en la generación de empleo y el movimiento comercial. Este nuevo enfoque ha brindado la oportunidad a más emprendedores para mostrar sus proyectos tecnológicos, mejoras de procesos y productos, nuevas marcas y servicios, contribuyendo al desarrollo económico y social de Loja (Cooperación de las ferias de Loja, 2023).

La Corporación de Ferias de Loja se dedica principalmente a la creación de espacios físicos destinados a la exhibición de emprendimientos y la atracción de diversos clientes comerciales. En estos espacios, se pueden encontrar una variedad de productos y servicios, incluyendo la venta de ropa, comida rápida, artículos para el hogar, entre otros. La institución ha elevado las oportunidades en el área de búsqueda de fondos concursables para emprendedores al nivel de articulaciones público-privadas. Esto se traduce en la oferta de capital semilla y/o capital de riesgo para emprendedores, facilitando el acceso a financiamiento esencial para proyectos innovadores y de impacto social. Un ejemplo destacado es el Fondo de inversión liderado por la misma corporación, el cual se enfoca en respaldar emprendimientos con potencial transformador. Esta colaboración institucional, que

incluye fondos de cooperación locales, impulsa el desarrollo económico y social de la región al apoyar a los emprendedores en sus iniciativas (Cárdenas et al; 2023).

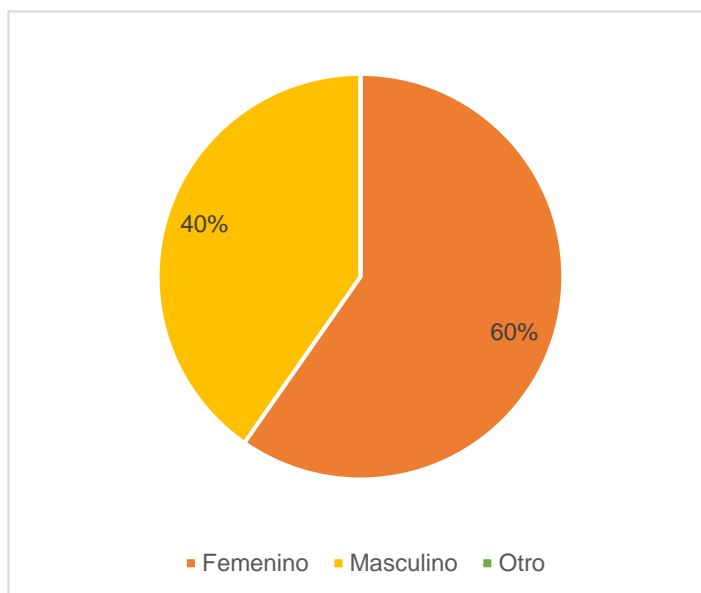
## Capítulo cuatro:

### Análisis de datos

#### 4.1 Caracterización de los emprendedores

Figura 1

Género de los emprendedores en la provincia

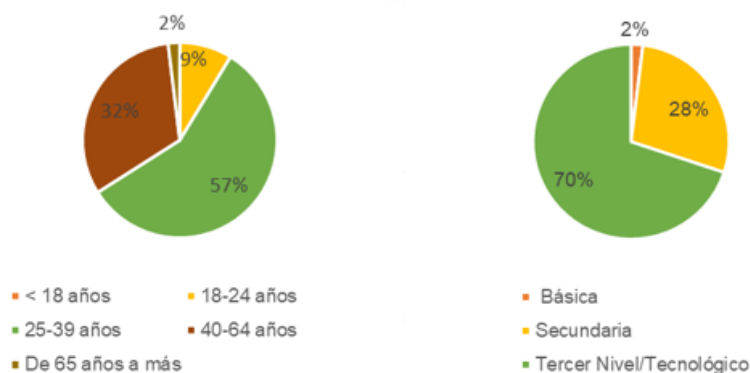


En esta investigación se muestra que existe un predominio del género femenino en el ámbito del emprendimiento local. Los datos indican que hay más mujeres que hombres emprendiendo en la provincia de Loja. Si bien los datos revelan un predominio de emprendedoras femeninas, es importante reconocer que la igualdad de género en el emprendimiento aún se enfrenta ante barreras estructurales, sociales y culturales que limitan el acceso de las mujeres a recursos y oportunidades empresariales.

Esta información contrasta con la información del GEM, la cual menciona que el 54,5% de los emprendedores nacientes son de género masculino (Lasio et al., 2020).

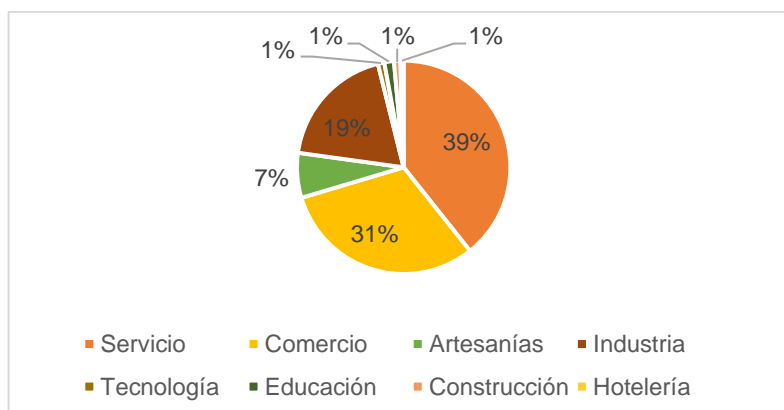
**Figura 2**

*Rango de edad de los emprendedores y su nivel educativo*



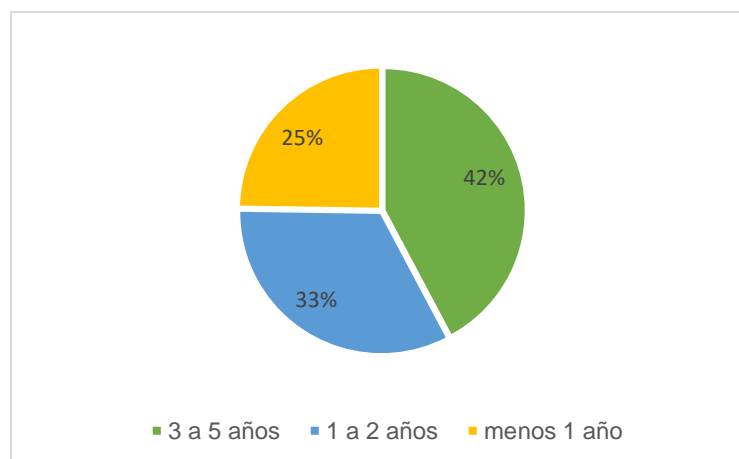
En la figura anterior se demuestra que existe un predominio de emprendedores en la provincia con edades entre 25 y 39 años, representando un 57% del total. Este rango de edad coincide con el periodo en el que la mayoría de las personas obtiene su título universitario o de tercer nivel. Este dato sugiere un desarrollo económico activo en la región, donde los jóvenes adultos están optando por iniciar sus propias empresas en lugar de buscar trabajos convencionales.

Además, se observa que el 70% de los emprendedores tienen educación de tercer nivel. Esto se debe a la accesible oferta de educación universitaria y de institutos superiores dentro de la provincia, así como a una cultura de formación profesional en la población. Gracias a esta accesibilidad, los emprendedores tienen mayores oportunidades para desarrollar habilidades blandas y adquirir los conocimientos necesarios para la administración de sus negocios.

**Figura 3***Actividad económica que realiza el emprendimiento*

Se observa que la actividad emprendedora en la provincia de Loja está diversificada en diferentes sectores. La mayor parte de los emprendimientos se concentran en el sector servicios, destacando negocios como restaurantes, peluquerías y veterinarias, seguidos por el sector comercio e industria. Por otro lado, sectores como tecnología, educación y hotelería tienen una menor presencia en términos absolutos, considerándose áreas de nicho con posibilidades de crecimiento y desarrollo. Las estrategias enfocadas en apoyar e impulsar la innovación en estos sectores pueden generar impactos importantes en la economía local. A pesar de su menor participación, estos sectores tienen un interesante margen para expandirse y prosperar, logrando efectos significativos en la economía de la provincia.

**Figura 4***Tiempo que lleva operando el emprendimiento*

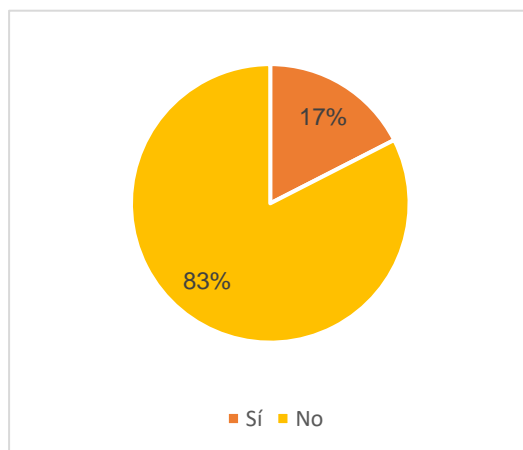


La mayor parte de emprendimientos en la provincia se encuentra en el rango de tres hasta cinco años de creación, lo que demuestra la presencia significativa de negocios que han logrado superar los desafíos iniciales y se han consolidado en el mercado a medio plazo. Lo que convierte a la provincia de Loja, en un sector potencial para abrir un negocio y con posibilidades de contar con los recursos suficientes para lograr la estabilidad de los emprendimientos. Por otro lado, se podría argumentar que los emprendedores que han estado operando durante más de tres años han desarrollado y perfeccionado estrategias de gestión en cuanto a la administración de recursos como tiempo, dinero y capital humano, que les ha permitido mantenerse en el mercado y crear estrategias sólidas que les permiten mantener la viabilidad de sus negocios. El predominio de emprendimientos que han durado más de tres años, sobrepasa las estimaciones nacionales, donde se establece que ocho de cada diez emprendimientos cierran antes de sus tres primeros años de creación (Salgado, 2023).

#### 4.2 Percepción sobre las políticas de apoyo al emprendedor

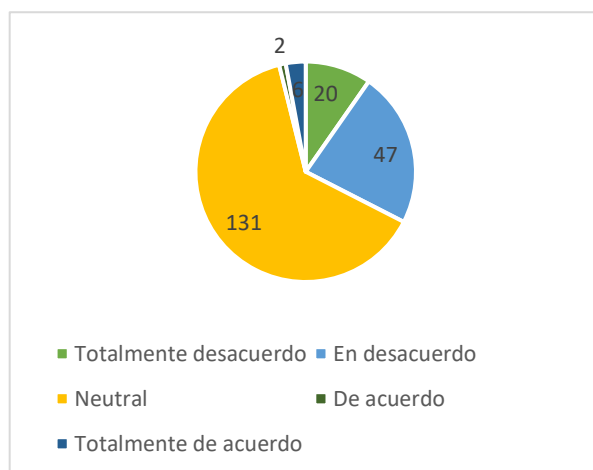
Figura 5

*Conocimiento acerca de las políticas de apoyo al emprendedor*



**Figura 6**

*Percepción de las políticas de apoyo al emprendedor*



La gran mayoría de emprendedores en la provincia de Loja (83%) no están informados acerca de las políticas nacionales sobre emprendimiento e innovación. Esto evidencia una falta de difusión por parte del gobierno nacional y también resalta un desinterés y una baja cultura emprendedora en la población. Muchos emprendedores tienen dificultades para comprender la información sobre estas políticas y no aprovechan los recursos disponibles.

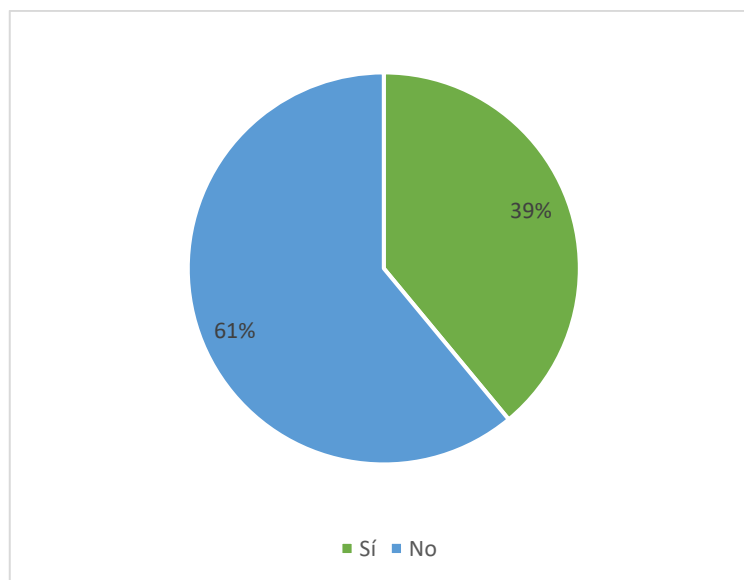
Esta situación resalta la necesidad urgente de implementar estrategias para informar y educar a la población sobre las oportunidades y recursos disponibles para emprendedores. Es crucial fomentar una cultura emprendedora más fuerte, que motive a los individuos a interesarse y participar activamente en el desarrollo económico del país, aprovechando mejor el potencial de crecimiento que ofrece el apoyo institucional a emprendedores.

Además, la mayor parte de los emprendedores muestran una posición neutral ante las políticas que respaldan a los nuevos negocios, debido al desconocimiento y falta de comprensión de las mismas o la neutralidad de la mayoría de emprendedores, podría indicar que las políticas no están cumpliendo con las necesidades y expectativas de los emprendedores, por otro lado podría existir una falta de consulta y participación de los emprendedores acerca del diseño e implementación de las políticas que han sido establecidas.

#### 4.3 Percepción sobre el apoyo de las instituciones públicas

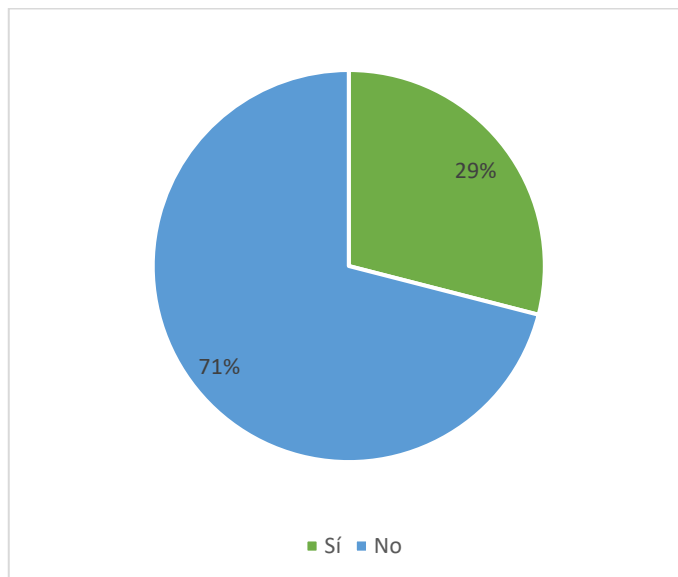
**Figura 7**

*Conoce las instituciones públicas que apoyen al emprendedor*



**Figura 8**

*Emprendedores que han recibido apoyo de una institución pública*

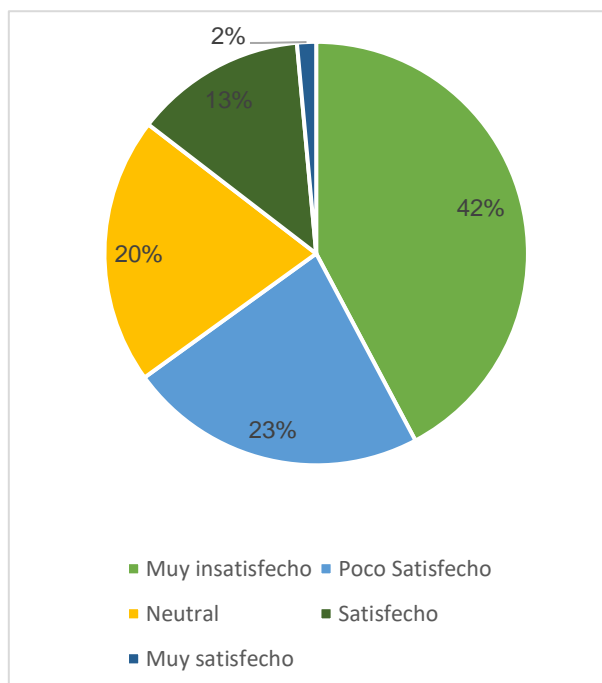


Dentro de la provincia de Loja, se identifica un gran número de emprendedores que no reconoce cuáles son las instituciones públicas que apoyan a los emprendedores (61%). A pesar que en la ciudad existen este tipo de instituciones, es posible que no se esté promoviendo adecuadamente los programas y recursos disponibles para emprendedores o se utilicen canales de comunicación que no están enfocados a emprendedores, lo que lleva a que la información brindada, no llegue a la audiencia correcta y los emprendedores no puedan estar al tanto de las oportunidades que se ofrecen.

Esto ha ocasionado que 71% de los emprendedores dentro de la provincia de Loja, consideren que no han recibido ningún tipo de apoyo por parte de las instituciones públicas, los emprendedores perciben que los procesos administrativos para acceder a los beneficios y programas del municipio sean complicados y tengan mucha tramitología, lo que hace poco probable que busquen un apoyo público. Por otro lado, podría existir falta de interacción entre los municipios y emprendedores que aísla a los emprendedores de los programas de apoyo

### **Figura 9**

*Nivel de satisfacción del apoyo institucional público*

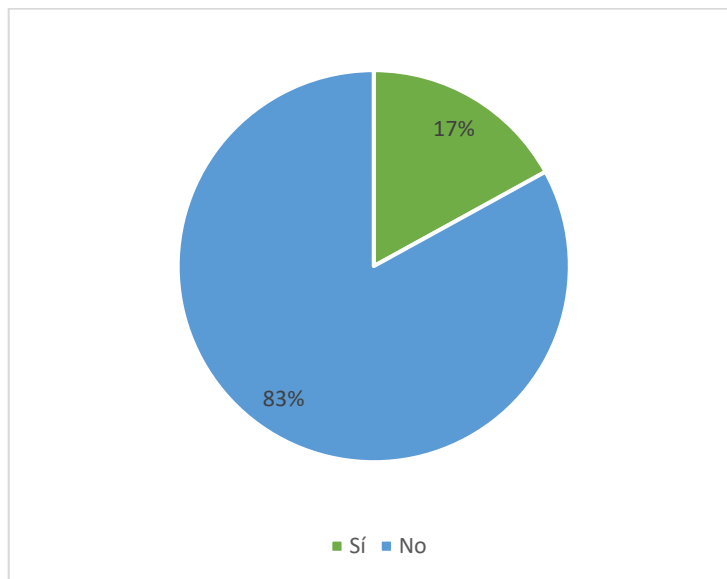


Dentro de la provincia de Loja, predomina un porcentaje de emprendedores que se sienten muy insatisfechos en cuanto al apoyo institucional proporcionado (42%), las razones principales se deben a que los emprendedores no reconocen cuáles son estas instituciones y tampoco consideran que el apoyo brindado sea efectivo, estas razones radican en que los emprendedores pueden sentir una falta en cuanto a programas o iniciativas gubernamentales efectivas que ofrezcan suficientes programas de apoyo o recursos para ayudar a los nuevos negocios a prosperar. Por otro lado, existe un gran desconocimiento en cuanto a los programas y recursos de apoyo al emprendedor que brindan las instituciones públicas en Loja, por lo que se necesita mayor comunicación y coordinación entre instituciones y emprendedores.

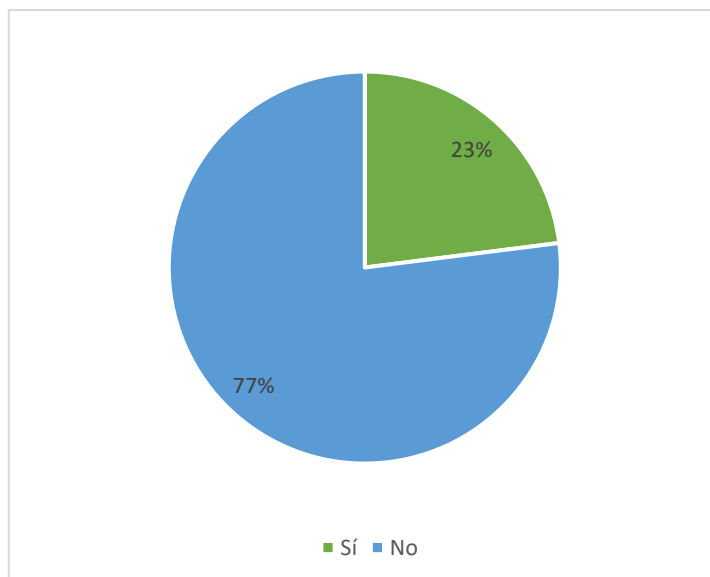
#### **4.4 Percepción sobre el apoyo de las instituciones privadas**

**Figura 10**

*Conoce las instituciones privadas que apoyan al emprendedor*

**Figura 11**

*Emprendedores que han recibido apoyo de una institución pública*



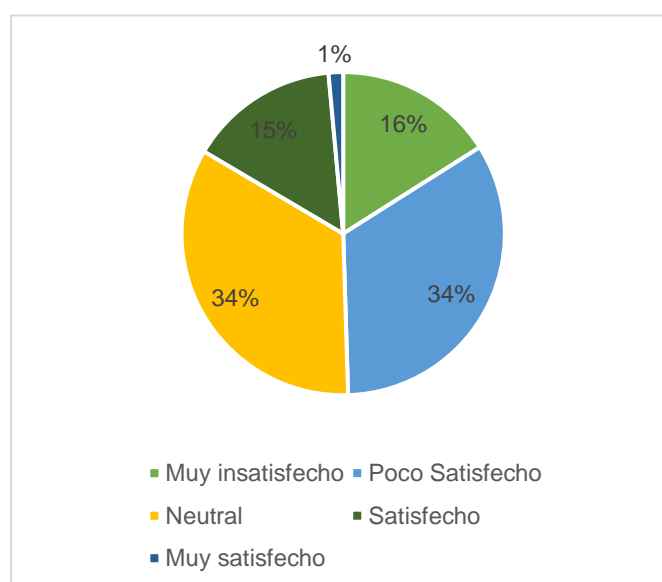
Así como existe un predominio de emprendedores que no reconocen las instituciones públicas que apoyan a emprendedores, existe un mayor porcentaje de emprendedores que demuestran una notable falta de conocimiento sobre las instituciones privadas que lo hacen (83%). Esto demuestra que, al no estar pendientes de los recursos brindados por las instituciones públicas, es menos probable que busquen información en las instituciones

privadas, percibiéndolas como menos confiables o con mayor dificultad en su accesibilidad. Por otro lado, se considera que las instituciones públicas tienen mayor capacidad para una difusión masiva, lo que puede opacar la visibilidad de las instituciones privadas, que cuentan con menos recursos para dar a conocer sus programas a los emprendedores.

Al existir preponderancia en cuanto a emprendedores que no conocen o identifican las instituciones privadas que apoyan al emprendedor, ha dado como resultado que el 77% de los emprendedores en la provincia, ha sentido que no ha recibido ningún tipo de apoyo institucional privado, existe emprendedores que no están conectados dentro de la comunidad empresarial, que ocasiona que pasen por desapercibidas las oportunidades de apoyo privado disponibles. La falta de participación de los emprendedores en redes y eventos o la difusión inadecuada por parte de las instituciones privadas puede limitar el acceso a información y recursos para emprendedores.

**Figura 12**

*Nivel de satisfacción del apoyo institucional privado*



Mencionado lo anterior, el nivel de insatisfacción de los emprendedores ha destacado por ser alto en cuanto al apoyo institucional privado (50%). Los emprendedores consideran

que el apoyo institucional privado es más adecuado y relevante para sus necesidades que el apoyo público; sin embargo, creen que los programas ofrecidos, como financiamiento y capacitaciones, presentan mayores dificultades de acceso.

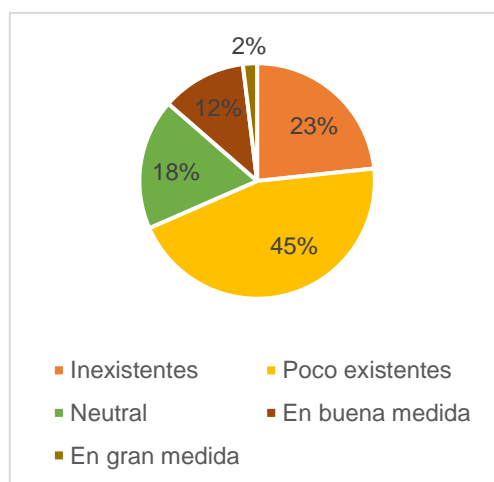
Además, la opción de satisfacción neutral es significativa entre los emprendedores encuestados (34%), lo que ofrece oportunidades para que las instituciones privadas mejoren su imagen y generen mayor confianza entre los emprendedores de la provincia. Esto indica la posibilidad de mejorar sus servicios y programas de apoyo, así como la difusión de los mismos.

#### 4.5 Satisfacción de servicios específicos ofrecidos por instituciones de apoyo al emprendedor

##### 4.5.1 Recursos financieros

**Figura 13**

*Disponibilidad de recursos financieros*



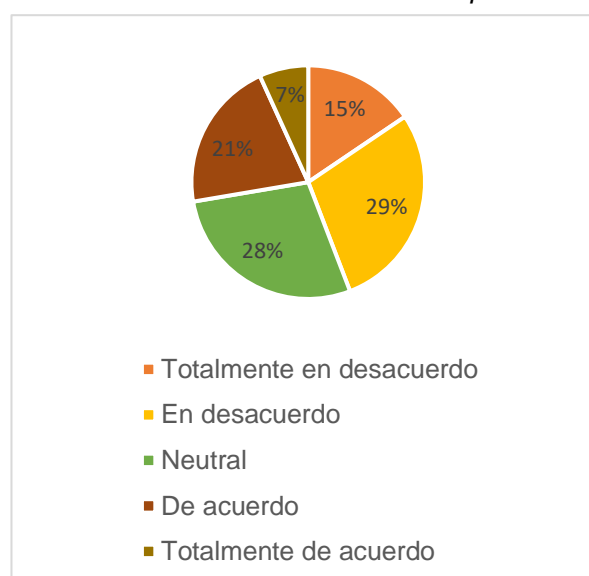
Se considera que los recursos financieros proporcionados a emprendedores en la provincia de Loja son poco existentes (45%), lo que demuestra que debe haber un cambio en cuanto a los programas de financiamiento ofrecidos y se debe realizar ajustes necesarios basados en las necesidades y retroalimentación de los emprendedores. Estas consecuencias pueden radicar debido a una percepción negativa que tienen los emprendedores acerca de

la accesibilidad a financiamiento, debido a barreras administrativas que generan dificultad para acceder a ellos, al percibirse trámites complejos y largos desaniman a los emprendedores al solicitar ayuda financiera o reflejan la existencia de una realidad que muestra limitación en fondos disponibles que no pueden cubrir la demanda de apoyo a emprendedores.

#### 4.5.2 Capacitación

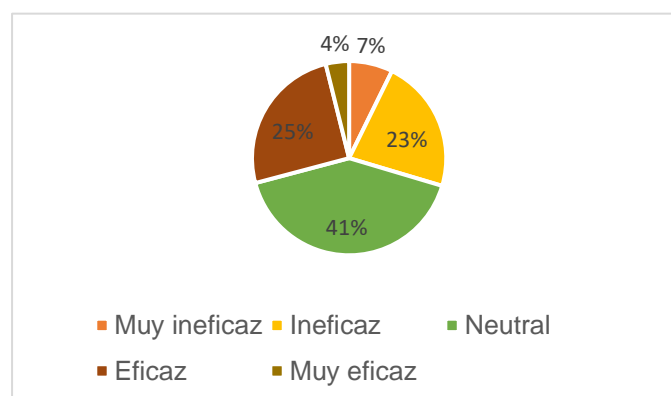
**Figura 14**

*Evaluación en cuanto a servicios de capacitación*



**Figura 15**

*Calificación en cuanto a servicios de capacitación*



En cuanto a los servicios de capacitación y asesoramiento que se le ofrece al emprendedor en la provincia existe una percepción negativa (44%). Estos resultados son a causa de horarios, ubicaciones o formatos de los programas establecidos que pueden no adaptarse bien a las demandas de tiempo y disponibilidad de los emprendedores, la programación de capacitaciones está concentrada en ciertos sectores de la provincia, dejando fuera a emprendedores de las zonas rurales. Además, se puede considerar que las temáticas abordadas dentro de las capacitaciones ofrecidas, no están alineadas con las principales necesidades que enfrentan los emprendedores, lo que causaría desinterés de los emprendedores en buscar este tipo de apoyo.

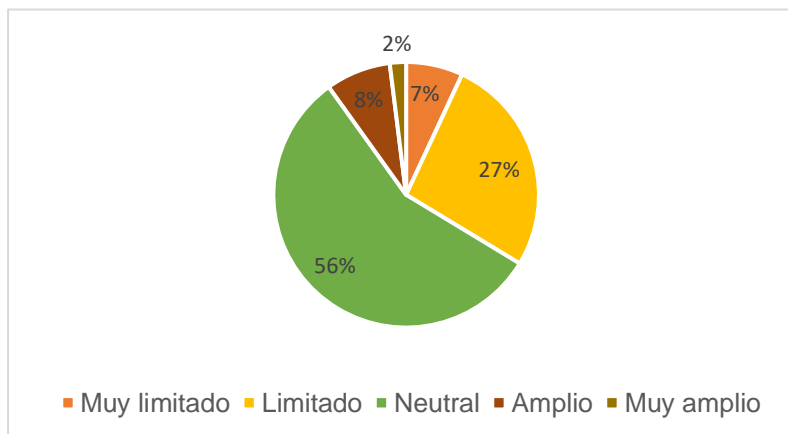
Por otro lado, en cuanto a la evaluación sobre capacitación brindada por los organismos, se destaca que el 41% de emprendedores tiene una percepción neutral; la mayoría de emprendedores en la provincia sabe de la existencia de cursos de capacitación en la provincia, sin embargo, han decidido no tomarlos en cuenta o utilizarlos como apoyo para su formación. Además, se puede considerar una falta de difusión dentro de las instituciones para atraer a emprendedores potenciales a inscribirse a este tipo de servicios.

Un predominio en percepción neutral, puede lograr que las instituciones visualicen puntos de mejora para lograr una percepción emprendedora positiva.

#### 4.5.3 Cowrking

**Figura 16**

*Percepción sobre espacios de coworking*

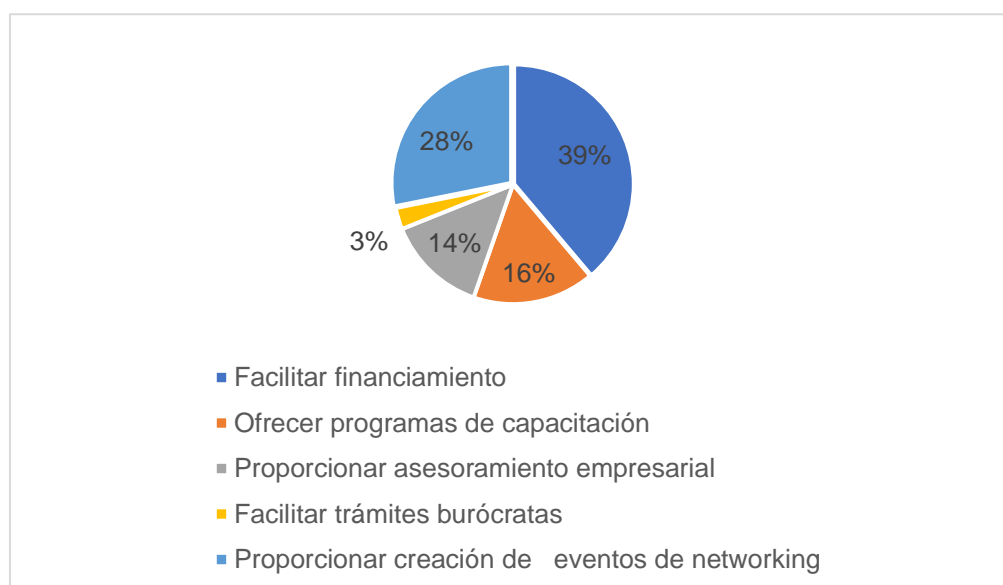


En la provincia de Loja, predomina la percepción neutral en cuanto al servicio de espacios de coworking ofrecidos a emprendedores (56%), se puede concluir que existe una oferta insuficiente de espacios de coworking en la provincia para atender la demanda de emprendedores. La mayor parte de estas respuestas provienen por parte del apoyo institucional público, en donde se concentran los espacios a emprendedores dentro de los parques o áreas verdes de la provincia; los emprendedores agradecen el espacio que el municipio les ofrece para promocionar sus negocios, sin embargo consideran que existen muchas variables como la inseguridad y la administración de las áreas verdes que provocan que los espacios de coworking no sean lo suficientemente atractivos para atraer clientes potenciales o para llevar a cabo sus actividades de forma efectiva. Además, se considera que no existe la infraestructura adecuada en estos espacios, provocando que se transmita una imagen poco profesional o desactualizada lo que afecta la reputación de los emprendedores que los utilizan.

#### 4.6 Intereses y necesidad actuales de los emprendedores de la provincia de Loja

**Figura 17**

*Percepción del apoyo más fundamental que deben desempeñar las instituciones*

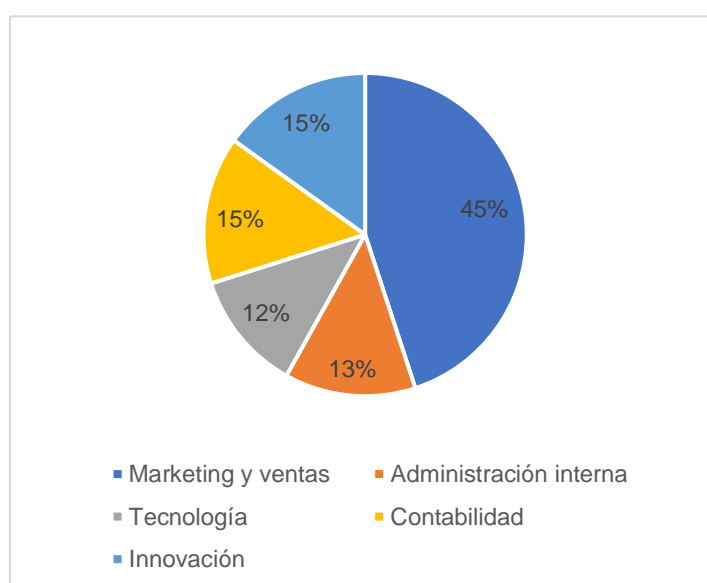


El análisis de los datos obtenidos de los emprendedores en la provincia de Loja revela que el 39% de los emprendedores considera que la principal función de las instituciones de apoyo al emprendedor debe ser facilitar el acceso al financiamiento. Este porcentaje refleja una necesidad urgente de recursos financieros para iniciar y expandir sus negocios, lo que resalta la importancia de contar con opciones de crédito y financiamiento accesibles. El acceso al financiamiento es fundamental para cubrir los costos operativos, invertir en infraestructura y fomentar la innovación y el crecimiento empresarial.

Además, el 28% de los emprendedores cree que la creación de eventos de networking debería ser la función principal de estas instituciones. Esta perspectiva destaca la importancia de establecer redes de contacto y colaboración entre emprendedores, empresas y otras partes interesadas. Los eventos de networking facilitan el intercambio de ideas, la formación de alianzas estratégicas y el acceso a nuevos mercados y oportunidades comerciales. Promover la interacción y el apoyo mutuo entre emprendedores genera un ecosistema más dinámico y colaborativo, lo cual es esencial para el desarrollo empresarial en la provincia.

**Figura 18**

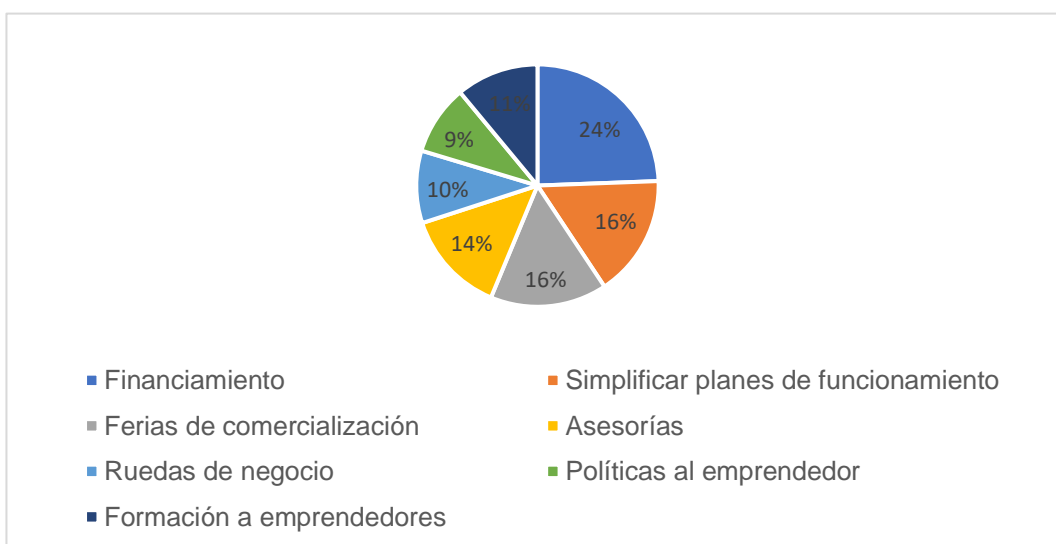
*Áreas donde el emprendedor considera que necesita mejorar*



Dentro de las áreas donde los emprendimientos creen que necesitan mejorar, destaca la opción de marketing y ventas (45%), lo que demuestra una gran preocupación generalizada entre emprendedores sobre su capacidad para promover y comercializar eficazmente sus productos y servicios. La mejora en marketing y ventas es crucial para el crecimiento y la sostenibilidad de los negocios, ya que les permite alcanzar un mayor número de clientes potenciales, aumentar sus ingresos y consolidar su presencia en el mercado, lo que preocupa a los emprendedores no tener las estrategias adecuadas de marketing para encontrar un nuevo público. Por tanto, es esencial que las instituciones que apoyan a los emprendedores en la provincia refuercen sus programas de capacitación y asesoramiento en estas áreas, proporcionando herramientas y estrategias que mejoren el desarrollo de competencias en marketing y ventas para los emprendedores.

**Figura 19**

*Áreas de mejora para el apoyo institucional*



La mayoría de los emprendedores en la provincia identifican el acceso al financiamiento como su principal desafío (24%). Esto sugiere que los emprendedores tienen grandes dificultades para conseguir los recursos financieros necesarios para iniciar, mantener y expandir sus negocios. El acceso a un financiamiento adecuado es fundamental para el

desarrollo empresarial, sin el capital suficiente, los emprendedores se enfrentan a importantes limitaciones en términos de crecimiento, innovación y competitividad.

Para abordar las dificultades de financiamiento que enfrentan los emprendedores de Loja, las instituciones deben centrarse en gestionar y mejorar programas de financiamiento que sean accesibles y flexibles para los emprendedores locales. Esto podría incluir la creación de fondos de microcrédito, líneas de crédito con bajas tasas de interés, subvenciones específicas, consecución de financiamiento externo, y programas de inversión de capital semilla. Además, ofrecer capacitación en gestión financiera, que podría aumentar el éxito de los emprendedores en la consecución de financiamiento y la administración de fondo.

## **Capítulo cinco**

### **Propuesta estratégica para el apoyo institucional a emprendedores en la Provincia de Loja**

#### **5.1 Introducción**

El presente capítulo se enfoca en analizar y proponer planes de mejora para las instituciones públicas y privadas que brindan apoyo a los emprendedores en la provincia de Loja. A través de la información que ha sido recopilada en las encuestas hacia los emprendedores, se ha identificado una serie de áreas clave donde el apoyo institucional puede ser optimizado. Estas mejoras son fundamentales para asegurar que los emprendedores no solo tengan acceso a los recursos y oportunidades disponibles, sino que también puedan maximizar su potencial de crecimiento y exista una mayor difusión en cuanto a los programas ofertados por estas instituciones. Las propuestas se basan en una evaluación detallada de las percepciones y experiencias de los emprendedores locales, así como en las mejores prácticas observadas en otras regiones y países con ecosistemas emprendedores exitosos con pertinencia local.

#### **5.2 Objetivos estratégicos**

##### **5.2.1 Objetivo estratégico 1**

Fortalecer el asesoramiento y agilizar la tramitología necesaria para el desarrollo de las actividades emprendedoras.

###### **5.2.1.1 Estrategias del objetivo 1**

Estrategia 1.1: Digitalización y simplificación de los procesos de obtención y actualización de permisos de funcionamiento para emprendedores en la provincia de Loja.

Estrategia 1.2: Implementación de canales de información efectivos para asegurar que la información sobre el apoyo institucional ofrecido por instituciones públicas y privadas llegue a los emprendedores.

### 5.2.1.2 Estrategia 1.1

**Tabla 2**

*Plan operativo de la estrategia 1.1*

<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Recursos</b>
Creación de una plataforma digital centralizada para solicitudes en línea, seguimiento y renovación.	Municipio de Loja	1 año	Plataforma creada y en uso.	Fondos para la creación de la plataforma.
Creación de una guía detallada para emprendedores sobre como abrir un negocio o actualizar trámites de funcionamiento y con contactos de interés.	Municipio de Loja, Corporación Ferias de Loja, Cámara de comercio de Loja. SRI	6 meses	Publicación de la guía en línea.	Expertos en trámites burócratas sobre negocios, personal de redacción, edición y publicación digital.
Impresión de la guía para su distribución en diferentes organismos de apoyo al emprendedor tanto público como privado.	Municipio de Loja y Cámara de Comercio de Loja	6 meses	Promedio de 3000 guías impresas.	Recursos financieros para impresión y distribución.
Capacitación a funcionarios públicos en el uso de la nueva plataforma digital	Municipio de Loja, Cámara de Comercio de Loja SRI	3 meses	Número de funcionarios capacitados y certificados en el manejo de la plataforma	Personal de capacitación, material didáctico.
Monitoreo y mantenimiento del uso de la plataforma digital	Municipio de Loja	Continuo	Porcentaje de usuarios satisfecho. Cantidad de emprendedores atendidos.	Personal encargado en dar seguimiento a los usuarios dentro de la plataforma. Recursos financieros y servicio técnico para mantenimiento.

Campaña de comunicación y promoción de la nueva plataforma digital para emprendedores	Municipio de Loja, Cámara de Comercio,	6 meses	Número de medios visitados. Número de eventos realizados. Número de emprendedores visitando las instituciones que apoyan al emprendedor.	Fondos para la creación de campaña. Recurso humano para la organización de eventos.
---	--	---------	--	--

**Tabla 3**

Plan operativo para la estrategia 1.2

Actividad	Responsables	Tiempo	Indicadores	Recursos
Desarrollo de un sitio web informativo sobre diversos tipos de apoyo institucional ofertado por instituciones públicas y privadas en la provincia.	Prefectura de Loja	6 meses	Número de visitas al sitio web.  Número de actualizaciones realizadas por cada institución al mes.	Equipo de desarrollo web, contenido actualizado
Campañas de sensibilización a emprendedores sobre los diversos tipos de apoyo institucional ofertado.	Cámara de Comercio, Corporación Ferias de Loja	3 meses	Número de visitas en redes sociales.	Plataformas de redes sociales.
			Número de interacciones en publicaciones.	Correos electrónicos, Anuncios digitales.
			Número de medios de comunicación visitados.	Planes me medio de comunicación.
Organizar eventos y talleres informativos sobre tipos de apoyo al emprendedor ofertado por instituciones públicas y	Todas las instituciones públicas y privadas	Bimestral	Números de eventos realizados.  Números de asistentes a eventos.	Espacios para eventos, materiales de presentación, logística

privadas en la provincia.		Número de instituciones involucradas.	
Difusión de testimonios de emprendedores sobre las ofertas de apoyo institucional en la provincia.	Cámara de Comercio, Corporación Ferias de Loja	3 meses iniciales	Número de testimonios difundidos.
			Testimonios escritos.
			Videos.
		Publicaciones en redes sociales-	

### 5.2.2 Objetivo estratégico 2

Fortalecer la educación y formación emprendedora en diversos niveles, con el fin de establecer una cultura emprendedora perdurable en el ecosistema emprendedor lojano.

#### 5.2.2.1 Estrategias

Estrategia 2.1: Asignación de espacios de formación en el uso de la realidad virtual para emprendedores y estudiantes de educación superior o de tercer nivel, proporcionando una herramienta crucial para las fases de prototipado y testeado de productos.

Estrategia 2.2: Planificación de cursos y talleres formativos a los emprendedores con el fin de generar mayor sostenibilidad en los emprendimientos y aprovechar las oportunidades que presentan las tendencias actuales.

#### 5.2.2.2 Cuadro estratégico

**Tabla 4**

Plan operativo para la estrategia 2.1

Actividad	Responsable	Tiempo	Indicadores	Recursos
Coordinación institucional entre universidades locales.	Parque Científico y tecnológico UTPL UNL UIDE	1 mes	Número de acuerdos de colaboración firmados.	Personal de coordinación. Recursos logísticos para coordinación.

Integración de laboratorios en programas académicos para estudiantes de educación superior cursando materias relacionadas a emprendimiento.	Parque Científico y tecnológico UTPL. Cátedra de innovación y emprendimiento UTPL. UNL UIDE	1 año	Número de materias que incluyen el uso de laboratorios de prototipado. Número de estudiantes beneficiados.	Laboratorios de prototipado. Personal de laboratorios. Docentes de emprendimiento. Mentores. Recursos tecnológicos. Recursos para financiamiento de prototipos.
Capacitación para docentes y estudiantes en el uso de equipos de laboratorio.	Parque Científico y tecnológico UTPL. Cátedra de innovación y emprendimiento UTPL. UNL UIDE	Semestral	Número de docentes y estudiantes capacitados.	Personal técnico y capacitadores. Material didáctico. Insumos de laboratorio.
Implementación de realidad virtual en fases de prototipado	Parque Científico y tecnológico UTPL. Cátedra de innovación y emprendimiento UTPL. UNL UIDE	Semestral	Número de proyectos de prototipado que utilizan realidad virtual.	Equipos de realidad virtual. Software especializado. Personal experto en realidad virtual.
Seguimiento y evaluación de proyectos de prototipado.	Parque Científico y tecnológico UTPL. Cátedra de innovación y emprendimiento UTPL. UNL UIDE	Semestral	Número de los prototipos desarrollados. Número de estudiantes involucrados en proyectos.	Mentores. Evaluadores de proyectos.

**Tabla 5**

Plan operativo para la estrategia 2.2

Actividad	Responsable	Tiempo	Indicadores	Recursos
Coordinación institucional para la organización de cursos y talleres para emprendedores.	Prefectura de Loja. Cámara de Comercio. Municipios provinciales. Prendho. Emprendec.	1 mes.	Número de convenios firmados. Plan de capacitación desarrollado.	Personal de coordinación. Recursos logísticos para coordinación.

Talleres en: tecnologías digitales, creación de sitios web, marketing digital y uso de redes sociales aplicado a emprendimientos.	Prefectura de Loja. Prendho.	Semestral	Número de talleres realizados.	Personal técnico y capacitadores. Material didáctico. Insumos de trabajo.
Capacitación en técnicas de realidad virtual e inteligencia artificial aplicadas al emprendimiento.	Prefectura de Loja. Emprendec.	Trimestral	Número de emprendedores asistentes en este tipo de talleres.	Equipos de realidad virtual. Software especializado
Capacitación emprendedora en temas financiera: preparación para obtención de financiamiento, planificación de presupuesto, proyectos de inversión, acceso a inversores, flujo de caja y subvenciones.	Prefectura de Loja. Banco de Loja.	Trimestral	Número de emprendedores asistentes en este tipo de talleres.	Herramientas de simulación financiera para simulador de riesgos. Webinars sobre ayudas financieras emergentes.
Capacitación emprendedora en temas de comercialización y apertura de mercado: Branding, negociación comercial, mercados internacionales, engament, ética en comercialización	Prefectura de Loja. FEDES	Trimestral	Número de emprendedores asistentes en este tipo de talleres.	Personal capacitado. Software y simuladores de negocios. Espacios con maquinaria necesaria.
Evaluación del programa de formación interinstitucional.	Cámara de Comercio y Prefectura de Loja	Al final de cada semestre	Calidad de los proyectos desarrollados. Éxito en la implementación.	Mentores, evaluadores

### 5.2.3 Objetivo estratégico 3

Brindar al emprendedor herramientas adecuadas que le permitan tener un mayor acceso al mercado y generar un crecimiento sostenido.

### 5.2.3.1 Estrategia

Estrategia 3.1: Creación de un programa de comercialización y networking para apoyar al emprendedor en el acceso y expansión de mercados y crecimiento de ventas.

Estrategia 3.2: Mejora de los espacios de coworking en áreas públicas a través de iniciativas municipales, creando entornos más atractivos, con seguridad y funcionales que fomenten la interacción y colaboración entre emprendedores, que a su vez atraigan a potenciales clientes, contribuyendo al desarrollo económico y social de provincia.

### 5.2.3.2 Cuadro Estratégico

**Tabla 6**

*Plan operativo de la estrategia 3.1*

<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Recursos</b>
Organización de ferias comerciales con la participación de inversionistas y empresas tanto nacionales como internacionales	Prefectura de Loja Corporación ferias de Loja.	Trimestral	Número de eventos organizados	Espacios para eventos. Recursos de logística. Invitaciones a actores identificados.
Mentoring a emprendedores en procesos de negociación y oportunidades de expansión y conexión con clientes y socios estratégicos	Prefectura de Loja Innova-T	Anual	Número de emprendedores mentorizados.	Personal especializado.
Creación de alianzas estratégicas con cámaras de comercio de ciudades grandes para generar visibilización de emprendimientos	Prefectura de Loja Cámara de comercio de Loja Home-Projects	Timestral	Número de acuerdos de colaboración firmados.	Personal de coordinación. Recursos logísticos para coordinación.
Creación y promoción de marca ciudad de emprendimientos lojanos para dar visibilidad y posicionamiento a los emprendimientos de la provincia.	Prefectura de Loja Cámara de comercio de Loja	Bimestral	Marca creada y posicionada.	Recursos de diseño e implementación de marca. Recursos de promoción de marca.

Apoyo a emprendedores en la participación de eventos de comercialización locales, nacionales e internacionales.	Cámara de comercio de Loja.	Anual	Número de emprendedores asistentes.	Viáticos. Recursos de infraestructura. Recursos de promoción de eventos.
Evaluación continua del programa	Prefectura de Loja. Corporación ferias de Loja	Anual	Número de emprendedores beneficiados. Indicadores de cumplimiento de programa.	Evaluadores de proyectos.

**Tabla 7**

*Plan operativo de la estrategia 3.2*

<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Recursos</b>
Evaluación de espacios actuales	Prefectura de Loja. Municipios locales.	1 mes	Informe sobre estado actual de los espacios sobre seguridad identificación de áreas prioritarias para mejora	Equipo de evaluación, recursos para investigación
Diseño y planificación de mejoras	Prefectura de Loja. Municipios locales.	2 meses	Planos de mejoras elaborado. Diseño de nuevos espacios	Equipo arquitectónico urbanista. Personal de planificación.
Implementación de mejoras en infraestructura	Prefectura de Loja. Municipios locales.	6 meses	Establecimiento de nuevos espacios de coworking construidos o renovado.	Equipos de construcción. Personal de seguridad. Equipos de seguridad.
Coordinación de vigilancia y seguridad de las zonas	Prefectura de Loja. Municipios locales.	Diario	Presencia policial en zonas de coworking. Cantidad de respuesta rápida a incidentes de seguridad	Autoridades municipales. Personal de seguridad.
Promoción y difusión de los espacios mejorados	Prefectura de Loja. Municipios locales.	Mensualmente	Número de visitantes a los espacios, Aumento de recursos de seguridad.	Equipo de comunicaciones. Recursos de marketing. Redes sociales Medios locales.

Creación de eventos networking en áreas verdes sin tanta difusión en la provincia.	Prefectura de Loja. Municipios locales. Cámara de comercio de Loja.	Trimestral	Número de visitantes a los espacios, aumento de eventos en estos lugares	Equipo de comunicaciones. Recursos de organización institucional para eventos. Recursos de marketing, redes sociales Medios locales.
Monitoreo y evaluación continua	Prefectura de Loja. Municipios locales.	Mensualmente	Calidad de los proyectos desarrollados. Éxito en la implementación.	Personal de seguimiento, recursos para mantenimiento

## Conclusiones

Se ha concluido que en la provincia de Loja existen diversos programas de apoyo institucional a emprendedores, tanto públicos como privados. Sin embargo, las instituciones no están utilizando adecuadamente los medios de difusión para informar sobre los programas de ayuda institucional ofertados, lo que resulta en que muchos emprendedores no reconozcan a estas instituciones como un factor de apoyo y desaprovechen las oportunidades de mejora disponibles en la provincia.

La oferta universitaria y de institutos de educación superior en Loja, actualmente está preparando eficazmente a los ciudadanos con habilidades y conocimientos necesarios para emprender. Además, refleja un creciente enfoque de las instituciones de educación superior en cuanto a emprendimiento, lo que le ha permitido que los emprendimientos en la provincia generen mejores estrategias de negocio para permanecer más de tres años en el mercado. Sin embargo, aún existe falta de acciones relacionadas a fases de prototipado de productos e innovación.

En el trabajo investigativo, se revela una brecha significativa en el conocimiento y la comprensión de las políticas nacionales sobre emprendimiento e innovación entre los emprendedores de la provincia de Loja. Esta falta de información refleja una deficiencia en la difusión gubernamental de estas políticas y también muestra un desafío más profundo como la falta de una cultura emprendedora que se encargue de buscar apoyo institucional y políticas que los respalden; demostrando que muchos emprendedores enfrentan dificultades para acceder y comprender la información relevante.

Existen altos niveles de insatisfacción en ambos tipos de apoyo institucional, tanto público como privado. Los emprendedores consideran que el apoyo privado es más adecuado para sus necesidades, sin embargo, se considera que existen mayores barreras de acceso a financiamiento y capacitaciones. Por otro lado, el apoyo público es visto como ineficaz debido

al desconocimiento sobre las instituciones y programas disponibles, y a la percepción de que no satisfacen adecuadamente las necesidades de emprendedores.

La falta de digitalización en la obtención y actualización de permisos provoca largas filas de espera en las instituciones, baja agilización de trámites y una experiencia del usuario negativa, lo cual afecta negativamente la percepción de los emprendedores en relación a los municipios en la provincia como instituciones que apoyan al emprendedor.

Las instituciones públicas que ofrecen en la actualidad servicios de capacitación a emprendedores lo realizan con un enfoque tradicional, demostrando que necesitan una actualización de sus programas de formación e incluir estos aspectos que aseguren una mejor preparación para emprendedores para enfrentar los desafíos del mercado moderno y aprovechar las oportunidades que las nuevas tecnologías pueden ofrecer.

Existe una falta de participación de los emprendedores en la toma de decisiones sobre el ecosistema emprendedor en la provincia, lo que limita significativamente el desarrollo de un entorno más colaborativo y dinámico para los actores involucrados. Se considera crucial que los emprendedores tengan una participación más activa en estos procesos, contribuyendo a la creación de políticas y programas más efectivos y adaptados a sus necesidades reales.

## Recomendaciones

Se recomienda implementar un sistema integral de seguimiento y evaluación de las políticas emprendedoras en la provincia de Loja. Esto incluye establecer indicadores clave de desempeño, una observación directa del ecosistema de emprendimiento, involucrar a los emprendedores a través de retroalimentación continua, realizar evaluaciones periódicas, publicar informes con recomendaciones y desarrollar programas de capacitación para funcionarios públicos. Estas estrategias garantizarán que las políticas se adapten continuamente a las necesidades cambiantes, fomentando un ecosistema emprendedor robusto y sostenible en Loja.

Mejorar la seguridad e infraestructura en zonas con alta concentración de emprendedores, donde actualmente se reflejan problemas de inseguridad, creará un entorno más atractivo y seguro, beneficiando tanto a los emprendedores como a la comunidad. Se recomienda que los municipios locales organicen eventos en áreas verdes poco transitadas, para promover un entorno dinámico y colaborativo en toda la provincia.

Se sugiere que las instituciones financieras adapten sus programas de financiación a las características específicas de los diferentes sectores económicos y desarrollar líneas de crédito especializadas que tengan en cuenta las necesidades particulares de cada industria, como los ciclos de producción, los tiempos de recuperación de la inversión y riesgos.

En la interacción entre emprendedores e instituciones, es fundamental que el enfoque no se limite únicamente a la verificación de permisos de funcionamiento. Se recomienda que los organismos correspondientes también difundan los diversos tipos de apoyo institucional ofertado como asesoramiento personalizado, orientación sobre estrategias de negocio, acceso a financiamiento, y oportunidades de capacitación.

Se recomienda al Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación, tener una mayor visualización de las actividades que realiza, programas ofrecidos y funciones que desarrolla, con el fin de generar un mayor alcance tanto a emprendedores como grupos de interés.

Se recomienda que las instituciones públicas y privadas trabajen en conjunto para dar un mejor servicio de apoyo al emprendedor, mediante una mejor planificación de actividades que se adapten a las necesidades actuales del emprendedor y que le permita tener un mayor acceso y expansión en el mercado como las planteadas en la propuesta del presente trabajo investigativo.

## Referencias

- Alianza para el Emprendimiento e Innovación. (2015). *Ecuador, un país emprendedor e innovador en 2020*. Quito: AEI.
- Anel. (2018). *Mentoring en liderazgo participativo*. Sevilla: Gobierno de Navarra. Obtenido de chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://liderazgoparticipativo.anel.es/media/metodologia\_mentoring.pdf
- Angulo, E. A. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, 32-36.
- Araque, W. (3 de Noviembre de 2021). Cinco falencias de las políticas públicas para el emprendedor ecuatoriano. *Líderes*.
- Araque, W. E., & Burbano, A. (2020). *Diagnóstico de las condiciones para emprender. Una mirada desde el ecosistema*. Quito: GEIAL.
- Araque, W., & Rivera, J. (2019). *Ecuador balance de una década*. Quito: Ediciones Tierra.
- Arias, M. (2014). Emprendimiento: como comenzar una empresa con éxito. *Face*, 177-179.
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2020, 21 de febrero). *Ley Orgánica de Innovación y Emprendimiento*. Quito: Asamblea Nacional de la República del Ecuador.
- Asamblea Nacional República de Ecuador. (2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Quito: Educación Jurídica.
- Asamblea Nacional República del Ecuador. (2020, 21 de febrero). *Artículo 6*. Quito: Ley Orgánica de Innovación y Emprendimiento.
- Asamblea Nacional República del Ecuador. (2020, 21 de febrero). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Quito: Asamblea Nacional República del Ecuador.
- Babativa, C. A. (2017). Investigación cuantitativa. *AREANDINA*, 7.

- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria. (2015). *Emprender en Colombia*. Bogotá: BBVA Inovation Center.
- Beltrán, G. (2011). *Proyectos de emprendimientos*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- Benitez, R. M. (2019). La Zona 7- Ecuador hacia el desarrollo de ciudades intermedias. *Loja. Universidad Y Sociedad*, 358.
- Bernal, C. A. (2016). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Person.
- Biban. (2023). *Biban 2023: El principal congreso para PyMEs de Arabia Saudita organiza la ronda final de la Copa Mundial del Emprendimiento y otros eventos destacados*. Riyadh.
- Briones, M. V. (2020). *Factores que inciden en el fracaso de emprendimientos en la ciudad de Daule*. Guayaquil: Universidad Salesiana.
- Brites, D., & Mislev, S. (2019). *Comentario sobre la ley de emprendedurismo y reacción de sociedad simplificadas (SAS)*. Montevideo: Brum Costa.
- Cabara, C. (1993). La investigación documental. *Revista de la carrera de Sociología*.
- Calderón, R. (2021). *Emprendimiento e Innovación en Chile*. ALIDE.
- Camacho, C., & Rocio, J. (2020). Políticas públicas orientadas hacia el emprendimiento: un análisis. *Uniandes EPISTEME. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 441.
- Cardenas, A., Montesinos, N., Rodriguez, J., & Torres, V. (2023). *Diagnóstico de las condiciones para emprender. Una mirada del ecosistema en Loja*. Loja: GEIAL.
- Casas, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. 143-145.
- Castro, J. P. (2017). Educación emprendedora y metodologías activas para su fomento . *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 37-39.
- Cervantes, J. A. (2015). *Barreras Internas y externas a los que se enfrentan los emprendedores*.

- Cervantes, J. A. (2015). *Barreras Internas y externas a los que se enfrentan los emprendedores*. Bogotá: Univerisdad de San Aventura.
- Cimientos. (2011). *Cimientos de emprendimiento en Ecuador*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Cooperación de las ferias de Loja. (2023). *Cooperación de las ferias de Loja*. Obtenido de Cooperación de las ferias de Loja: <https://cfloja.org/feria-de-loja/>
- Cordero, G., & Segarra, E. (2019). *Apoyos y obstáculos para el desarrollo de microempresas: percepción de sus dueños*. San Juan: Universidad de Puerto Rico.
- Creciente, F. (2009). *Financiación de la atividad emprendedora: Problemas y apoyo financiero*. Madrid.
- Cuenca, X. (2013). *Caracterización de los emprendedores migrantes beneficiados del Fondo "El Cucayo de la Región 7 del Ecuador, 2011*. UTPL, Loja.
- Díaz, J. P. (2022). *Impacto financiero a los créditos entregado a los emprendedores por las cooperativas de ahorro y crédito en Imbabura*. Instituto de los Altos Estudios Nacionales de la Universidad de Postgrado del estado, Quito.
- Díaz, L., & Torruco, U. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *redalyc*, 162-163.
- Diaz, Y. (2 de Febrero de 2020). *Municipio de Loja*. Obtenido de En parque bolivar se desarrolla feria artesanal y de emprendedores: <https://bit.ly/3VdHiGF>
- Eliott, J. (2019). *El emprendimiento en Ecuador: Visión y perspectivas*. Guayaquil: Universidad Ecotec.
- Eras, A. K. (2020). *Análisis del perfil del emprendedor artesanal de la ciudad de*. Universidad Tecnica Particular de Loja, Loja.
- Erazo, M. A. (2018). *Análisis situacional de la innovación empresarial en el Ecuador*. Universidad Andina Simón Bolívar, Quito.
- Espinoza, E. Y., Boza, J., & Tachong, L. (2018). Principales barreras para el desarrollo de los emprendimientos en el cantón quevedo. *Arje*, 214-215.
- Estrada, R. D. (2013). Asesoría y consultoría en emprendimiento. *UNACIENCIA*, 8-12.

- Exebio, J. B. (2020). *Barreras que podemos encontrarnos al emprender por primera vez*. Trujillo: Universidad de Trujillo.
- Fariña, M., & Suárez, M. (2022). Orientación profesional y emprendimiento en países europeos con impacto emprendedor. *Revista Brasileira de Orientação Profissional*.
- Faro, G. (2019). *¿Es el crédito un catalizador de emprendimiento?* Quito: Grupo Faro.
- Fernández, J. M. (2019). Guía de buenas prácticas para apoyar el emprendimiento en instituciones de educación superior centroamericanas. *Build*, 6.
- Flor, G. (2017). Emprendimiento y crecimiento económico: una visión desde la literatura y los principales indicadores internacionales. *revista internacional de administración*, 34–59.
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: Rivadavia.
- Formichella, M. M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. *ResearchGate*, 5-6.
- Fortuny, C. R. (2013). *Las Incubadoras de Empresas*. Islas Baleares: Universidad de les Illes Balears.
- Glez, N., & López, E. (s.f). *Incubadoras de negocios, apoyo para las pequeñas y medianas empresas en México*. Ciudad de México.
- Gomez, J. A. (2015). *Barreras Internas y Externas que enfrentan los emprendedores*. Zaragoza: Universidad de San Buenaventura.
- Gracia, S. (2010). *El método deductivo e inductivo en el aprendizaje de una lengua extranjera*. Universidad de Murcia, Murcia.
- Graterol, R. (s.f.). *Metodología de la Investigación*. Merida: Universidad de Los Andes.
- Grønneberg, I. (19 de agosto de 2020). La falta de un ecosistema de emprendimiento genera fracaso. *La Hora*. Recuperado el 18 de Julio de 2023, de La falta de un ecosistema de emprendimiento genera fracaso: <https://bit.ly/48qq528>
- Grupo Faro. (2019). *¿Es el crédito un catalizador de emprendimiento?* Quito: Grupo Faro.

- Guerra, O., Hernández, D., & Triviño, C. (2015). Incubadora de empresas: Vía para el emprendimiento en las universidades. *Universidad y Sociedad*.
- Guevara, G. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica Mundo de la Investigación y Cocnocimiento*, 2-3.
- Hermida, L. X., & Riera Suárez, J. (2018). *Emprendimientos, una alternativa para el desarrollo en Ecuador*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Hernández, O. (2018). *Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen*. Talca: Universidad Talca.
- Hill, S., Ionescu, A., & Coduras, A. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Adapting to a "New Normal"*. Londres: London Business School.
- Irawati, I., & Prananingtyas, P. (2021). Adopción de la tecnología financiera en crowdfunding financiación emprendedora en Indonesia. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 1 - 11.
- Izquieta, L. (2022). *Ecosistema de emprendimeinto e innovación y su influencia en la sostenibilidad del starpus*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Juana, V. (2017). *Cómo mejorar el sistema emprendedor en Quito*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Landsdale, D., Abad, C., & Vera, D. (2015). *Impulsores Claves para Establecer el Ecosistema Dinámico de Emprendimiento en Ecuador*. Quito: Universidad San Fransisco de Quito.
- Lapresta, A. I. (2013). *Evolución del Desarrollo de los servicios que apoyan a emprendedores en el sector rural*. Sonoria: Universidad de Valladolid.
- Lasio, V., Amaya, A., Jack Zambrano, & Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor*. ESPAE: Guayaquil.
- Lozano, L. J. (2008). El coaching como formación para estrategias profesionales. *Escuela de Administración de Negocios*, 128-131.

- Luna, J. P., & Gallo, G. I. (2018). *Una cuestión Capital de Recursos*. Bogotá: Teseopress.
- Maroto, M. C. (s.f). *Capacitación a emprendedores sobre funcionamiento empresarial. Una experiencia de extensión*. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.
- Maza, M. C. (2020). *El apoyo institucional a emprendedores, mejora de la tasa de rendimiento mediante técnicas de inteligencia artificial*. España: Universidad Pablo de Olavide .
- Ministerio de Inclusión Económica y Social . (2017). *Feria 'Loja Tradiciones' reúne a emprendedores del Crédito de Desarrollo Humano*. Obtenido de Ministerio de Inclusión Económica y Social : <https://bit.ly/459y96J>
- Moguillansky, G. (2015). Australia y Nueva Zelanda: la innovación como eje de la competitividad . *Cepal*, 26-27.
- OIT. (2015). Conozca De Empresas. *CODE*, 21.
- Ordoñez, S. A. (2016). Ecuador: retorno migratorio y emprendimiento en Loja. *CEPAL*, 70.
- Ortiz, V., & Tasinchano, M. (2022). *Estrategias ´para fomentar el ecosistema emprendedor en Ecuador*. Revista Colombiana de Ciencias Administrativas.
- Pedraza, P. F. (2016). La definición del emprendimiento social. Algunos elementos conceptuales para el debate. *Finnova*, 49-53.
- Polo-Otero, J. L., Ramos Ruiz, J., Rebolledo del Toro, P., Rodríguez Albor, G., & Coello Moreno, J. (2020). *¿Son las regulaciones empresariales generadoras de emprendimientos productivos?* Ciudad de Mexico: Redalyc.
- Prendho UTPL. (s.f). *Prendho UTPL*. Recuperado el 6 de junio de 2024, de Incubadora de Industrias Creativa y Cultural: <https://bit.ly/3x3DgsA>
- Quecedo, R., & Castaño, C. (2003). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, 7-8.
- Ramírez, G. (2018). *Coworking: Viabilidad de Implementación de espacio compartido*. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid.

- Ratten, V. (2022). *Emprendimiento: definiciones, oportunidades, desafíos y direcciones futuras*. Melbrune: Wiley.
- Ratten, V. (2023). *Investigación y práctica del emprendimiento global en el mundo pospandémico*. Melbrune: Escuela de Negocios La Trobe.
- Reyes, E. S. (2023). *Diagnóstico y Caracterización del Ecosistema Emprendedor de la ciudad de Loja*. Universidad Nacional de Loja, Loja.
- Romero, A. C., Moreno Barragán, J., Pereira Laverde, F., Osorio Tinoco, F., & López Lambraño, M. (2023). *Actividad empresarial en Colombia 2022 - 2023*. Cali: Universidad Icesi.
- Salgado, J. H. (2023). El Emprendimiento en el Ecuador. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4618-4619.
- Sánchez, L. (2022). Obtenido de <https://emprendepyme.net/tipos-de-emprendedores.html>
- Sanjeev, S. (2021). Hacer negocios en Dubái. *Al Tamimi & Company*, 37.
- Sanjeev, S. (2021). Hacer negocios en Dubái . *Al Tamimi & Company*, 13 & 19.
- Santos, F., Barroso, M., & Guzmán, C. (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. *Redalyc*, 153-155.
- Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional. (2019). *Secap dinamiza su oferta de servicios con programas para emprendedores y grupos de atención prioritaria*. Quito.
- Solange, C. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Espacios*.
- Solórzano, J. (2023). *Plan de Marketing Digital para el restaurante de comida rápida: Nachos del Guero*. UNIR, Loja.
- Toalombo, Y., & Holger, E. (2020). Políticas públicas de apoyo a emprendimientos incubados en. *Uniandes EPISTEME. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 79-80.
- Valero, C., & Galarreta, K. (2021). *Guía básica del emprendedor en Países Bajos*. Lima: Universidad Católica del Perú.

Vizueta, V. H. (2020). Los factores que afectan a los emprendimientos en el Ecuador.

*Innova Research Journal*, 122-123.

Yang, K. M., & Tang, J. (2022). Apoyo institucional al emprendimiento y la

internacionalización de nuevas empresas: evidencia de pequeñas empresas en

Ghana. *Revista de investigación empresarial*.

## Apéndice

### Apéndice A: Encuesta realizada a emprendedores en la provincia de Loja

<p><b>Sección 1: Perfil del emprendedor</b></p> <p><b>1.1 Seleccione su género</b></p> <p><input type="checkbox"/> Masculino</p> <p><input type="checkbox"/> Femenino</p> <p><input type="checkbox"/> Otros</p>
<p><b>1.2. Edad:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Menos de 18 años</p> <p><input type="checkbox"/> 18-24 años</p> <p><input type="checkbox"/> 25-39 años</p> <p><input type="checkbox"/> 40-64 años</p> <p><input type="checkbox"/> De 65 años a más</p>
<p><b>1.3. Nivel educativo:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Menos de 18 años</p> <p><input type="checkbox"/> 18-24 años</p> <p><input type="checkbox"/> 25-39 años</p> <p><input type="checkbox"/> 40-64 años</p> <p><input type="checkbox"/> De 65 años a más</p>
<p><b>Sección 2: Experiencia Emprendedora</b></p> <p><b>2.1. ¿Cuál es la actividad al que está dedicada su negocio?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Servicio</p> <p><input type="checkbox"/> Comercio</p> <p><input type="checkbox"/> Hostelería</p> <p><input type="checkbox"/> Educación</p> <p><input type="checkbox"/> Construcción</p> <p><input type="checkbox"/> Industria</p> <p><input type="checkbox"/> Tecnología</p> <p><input type="checkbox"/> Artesanía</p> <p><input type="checkbox"/> Otros</p>
<p><b>2.2. ¿Cuánto tiempo lleva operando tu negocio?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Menos de 1 año</p> <p><input type="checkbox"/> 1-2 años</p> <p><input type="checkbox"/> 3-5 años</p>
<p><b>2.3 ¿conoce cuáles son las instituciones públicas que brindan apoyo a los emprendedores en la provincia?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p><b>2.4. ¿conoce cuáles son las instituciones públicas que brindan apoyo a los emprendedores en la provincia?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p><b>2.5 ¿Ha recibido apoyo de alguna institución pública desde que inició su emprendimiento?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>

**2.6 ¿Ha recibido apoyo de alguna institución privada desde que inició su emprendimiento?**

- Sí  
 No

**2.7 Si ha recibido apoyo de una institución pública ¿puede especificar qué tipo de apoyo ha obtenido? Seleccione todas las opciones aplicables.**

- Financiamiento  
 Capacitación  
 Asesoramiento  
 Espacios de trabajo compartido  
 Networking y eventos de conexión empresarial  
 Otro (especificar)  
 -----

**Sección 3: Percepción del apoyo institucional**

**3.1. ¿En qué medida sientes que las instituciones locales apoyan a los emprendedores?**

- Casi inexistente  
 Poco existente  
 Neutral  
 En buena medida  
 En gran medida

**3.2. ¿Cómo calificarías la disponibilidad de recursos financieros proporcionados por instituciones gubernamentales para los emprendedores?**

- Totalmente en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Neutral  
 De acuerdo  
 Totalmente de acuerdo

**3.3. ¿Consideras que las instituciones brindan suficiente capacitación y asesoramiento para los emprendedores?**

- Totalmente en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Neutral  
 De acuerdo  
 Totalmente de acuerdo

**3.4 ¿Cómo evalúas la colaboración entre instituciones públicas y privadas para apoyar a emprendedores?**

- Muy ineficaz  
 Ineficaz  
 Neutral  
 Eficaz  
 Muy eficaz

**3.6 En tu opinión, ¿cuál es el papel más importante que deberían desempeñar las instituciones para apoyar a los emprendedores?**

- Facilitar financiamiento
- Ofrecer programas de capacitación
- Proporcionar asesoramiento empresarial
- Fomentar el networking y creación de eventos
- Otros (especificar).....

**3.7 ¿Conoce las políticas que tiene el país hacia el apoyo a emprendedores?**

- Sí
- No

(Si no conoce las políticas pasar a la sección 4)

**3.8 ¿Considera que las políticas que apoyan a los emprendedores en el país son las adecuadas?**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

**3.9 ¿Qué sugiere usted que se debería incluir en las políticas de apoyo al emprendedor en el país, con el objetivo de fortalecer el emprendimiento?**

\_\_\_\_\_

**Sección 4: Satisfacción y Mejora**

**4.1. ¿Te sientes satisfecho con la calidad de los servicios prestados por las instituciones públicas para apoyar a los emprendedores?**

- Muy insatisfactorio
- Poco Satisfactorio
- Neutral
- Satisfactorio
- Muy Satisfactorio

**4.2. ¿Te sientes satisfecho con la calidad de los servicios prestados por las instituciones privadas para apoyar a los emprendedores?**

- Muy insatisfactorio
- Poco Satisfactorio
- Neutral
- Satisfactorio
- Muy Satisfactorio

**4.3 En cuanto a instituciones que ofrecen servicios de coworking, ¿cómo calificas la accesibilidad brindada por dichas instituciones?**

- Muy Limitado
- Limitado
- Neutral
- Amplio
- Muy amplio

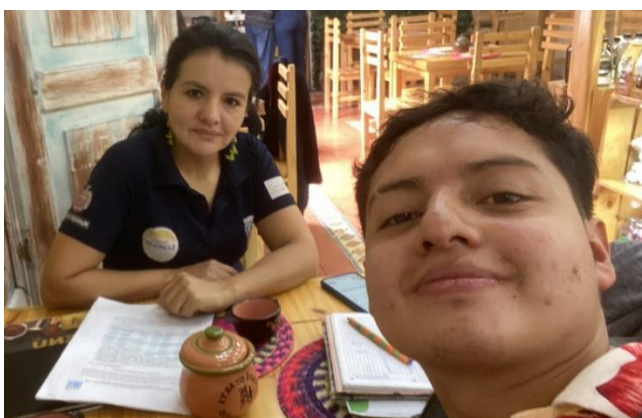
<p><b>4.4 En términos de capacitación emprendedora, ¿cómo calificas los servicios de capacitación ofrecidos?</b></p> <p><input type="checkbox"/>Muy ineficaz</p> <p><input type="checkbox"/>Ineficaz</p> <p><input type="checkbox"/>Neutral</p> <p><input type="checkbox"/>Eficaz</p> <p><input type="checkbox"/>Muy eficaz</p>
<p><b>4.5 ¿Qué tipo de ayuda institucional debería mejorar para los emprendedores por parte de las instituciones? (opción múltiple)</b></p> <p><input type="checkbox"/> Financiamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Políticas al emprendedor</p> <p><input type="checkbox"/> Simplificar trámites de funcionamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Formación de emprendedores</p> <p><input type="checkbox"/> Networking</p> <p><input type="checkbox"/> Asesorías</p> <p><input type="checkbox"/> Mentorías</p> <p><input type="checkbox"/> Ruedas de comercialización</p> <p><input type="checkbox"/> Formación de emprendedores</p> <p><input type="checkbox"/> Coworking</p> <p><input type="checkbox"/> Otra</p>
<p><b>4.6 ¿Qué sugerencias puede para mejorar la colaboración entre instituciones y fortalecer el apoyo a los emprendedores?</b></p> <hr/>

**Apéndice B: Entrevista realizada a representantes de las instituciones que apoyan a emprendedores en la provincia**

1. ¿Cuál es el objetivo principal de su institución en cuanto al apoyo a emprendedores en la provincia de Loja?
2. ¿Qué programas o servicios ofrecen para respaldar a los emprendedores en diferentes etapas de desarrollo de sus negocios?
3. ¿Cómo se seleccionan los emprendedores que participan en sus programas o reciben su apoyo?
4. ¿A cuántos emprendedores ha podido ayudar su institución dentro de la provincia?
5. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendedores en la provincia de Loja, y cómo su institución les ayuda a abordarlos?

6. ¿Qué planes tiene a futuro su institución para mejorar el apoyo a emprendedores?
7. ¿Qué normativas o requerimientos considera que son necesarios para hacer más eficaz el apoyo a los emprendedores?
8. ¿Con qué medios, su institución difunde el apoyo hacia el emprendedor?
9. ¿Cómo evalúa su institución el éxito de sus programas o servicios para emprendedores en la provincia de Loja?

**Apéndice C: Fotografía con la representante de la Cooperativa “Somos Loja”**



**Apéndice D: Fotografía con el representante de la institución “Emprendec”**



**Apéndice E: Fotografía con el representante de “Prendho Utpl”**



**Apéndice F: Fotografía con el representante del “Parque Científico y tecnológico UTPL”**

