



Diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo

Diagnosis and prospects for promotion of entrepreneurship as a development instrument

Mario Patricio Padilla-Martínez^I, Ana Lucia Quispe-Otacoma^{II}, Dianelys Nogueira-Rivera^{III}, Arialys Hernández-Nariño^{III}

^I Universidad Técnica de Ambato. Ciudad de Ambato, Ecuador.

mp.padilla@uta.edu.ec, mariopadillam@hotmail.com

^{II} Universidad de Las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga.

Ecuador.alquishpe3@espe.edu.ec

^{III} Universidad de Matanzas- Cuba.

dianelys.nogueira@umcc.cu, arialys.hernandez@umcc.cu

Recibido: 20/05/2015

Aprobado: 15/09/2015

RESUMEN

El incremento de los emprendedores exitosos, se ve reflejado en la evolución del desarrollo empresarial, como indicadores que dan cuenta de la realidad del emprendimiento. Se propone demostrar esta dinámica a través de un diagnóstico sobre el fomento y generación de nuevos emprendimientos, y del espíritu empresarial en la provincia de Pastaza del Ecuador. El análisis de perspectivas se centra en el conocimiento del emprendedor, factores relevantes y aporte socioeconómico del emprendimiento, que apuntan a la existencia de señales favorables para el crecimiento económico de la provincia. La realización de una buena gestión administrativa y un adecuado apoyo por parte del Estado a los Emprendimientos, relacionado nuevas zonas geográficas y potenciando nuevos productos, bienes y servicios, se suma también al índice de mejoramiento de la infraestructura del emprendimiento. La investigación realizada es producto de la selección de emprendedores considerados como referentes en la provincia y alrededor de los cuales se han establecido diversos indicadores que dan cuenta de una realidad del Emprendimiento en la provincia de Pastaza del Ecuador.

Palabras clave: Diagnóstico, Fomento del Emprendimiento, Desarrollo empresarial.

ABSTRACT

The increase of successful entrepreneurs is reflected in the evolution of enterprise development, as indicators that reflect the reality of entrepreneurship, it is proposed to demonstrate this dynamic through a diagnosis on the promotion and creation of new enterprises, and spirit Business in the Pastaza province of Ecuador. The analysis focuses on the prospects of the entrepreneur knowledge, relevant factors and socio-economic contribution of entrepreneurship, pointing to the existence of favorable conditions for economic growth of the province signals, making good management and

DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVAS DE FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO

adequate support from the State ventures, related new geographical areas and promoting new products, goods and services, is also added to the index to improve the infrastructure of entrepreneurship, research results from the selection of those entrepreneurs seen as leaders in the province and around of which they have established various indicators that reflect a reality of entrepreneurship in the province of Pastaza in Ecuador.

Key words: *Diagnosis, Development of Entrepreneurship, Business Development.*

I. INTRODUCCIÓN

La investigación identifica las acciones que desarrollan los actores locales para el fomento del emprendimiento, concientizar sobre la importancia del desarrollo del espíritu emprendedor. Muestra el interés del gobierno actual con el desarrollo del Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013. Cuyo objetivo 11 plantea: "Construimos un sistema económico cuyo fin sea el ser humano y su buen vivir. Buscamos equilibrios de vida en condiciones de justicia y soberanía. Reconocemos la diversidad económica, la recuperación de lo público y la transformación efectiva del Estado" [1]. El plan Senplades impulsa una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y transformación, diversificación y especialización productiva [1, 2]. A partir del fomento de diversas formas de producción, a través de los puntos siguientes [3]:

- fomentar la producción nacional, vinculada a la satisfacción de necesidades básicas, para fortalecer el consumo doméstico y dinamizar el mercado interno
- aplicar incentivos para el desarrollo de actividades generadoras de valor, especialmente en los sectores industrial y de servicios, con particular énfasis en el turismo; considerando la generación de empleo local, la innovación tecnológica, la producción limpia y la diversificación productiva [4, 5].

El Sistema Emprende Ecuador fue generado por El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), como lineamientos de política nacional de emprendimiento. Su arquitectura en territorio bajo la lógica de la vinculación del sector público, privado y la academia cual lo vuelve un instrumento para viabilizar proyectos de fomento productivo acompañado con el ecosistema emprendedor que es una comunidad de negocios [6]. Se apoya en un contexto público de leyes y prácticas de negocios de organizaciones e individuos que interactúan entre sí para producir. Se asocian ideas de negocios, habilidades, recursos financieros y no financieros que resultan en empresas dinámicas. Posee áreas, tales como: sistema de información, sistema de financiamiento, educación emprendedora, sistema de voluntariado, sistema institucional de emprendimientos. Influyen en la creación de emprendimientos y empresas, desarrollo socioeconómico de la región [7]. Sierracentro del Ecuador, considerando las particularidades productivas de cada provincia (comercial, social y cultural), tratando de desarrollar el concepto de provincias emprendedoras.

Para los emprendedores y la sociedad, en el país existen pocos estudios acerca del emprendimiento, el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), es uno de los pocos estudios, sobre emprendimiento que verifica la composición del conjunto de los mismos. Con dicho estudio se puede tener una idea de la situación emprendedora, ejecutado por la Escuela Politécnica del Litoral (ESPOL), que mide la actividad emprendedora. Los principales temas del estudio: El boom del emprendimiento en el Ecuador: Emprendimientos múltiples, Los negocios: Gestación, inicio y crecimiento, Emprendimiento y bienestar, El clima emprendedor, Emprendedores sénior, Políticas Públicas.

- Se desarrollan políticas públicas de fomento del emprendimiento, a fin de poseer un ecosistema apropiado para la generación de nuevos emprendimientos y el impulso del espíritu empresarial ¹. El aporte de la Universidad en formación del emprendimiento, es de apenas el 3% frente al 77% que aporta el Estado, la realidad debe cambiar porque la academia debe subir su porcentaje y liberar de la responsabilidad al Estado. Sobresale el esfuerzo propio frente a otras realidades de latinoamericanas y de países desarrollados

¹ *Educación en Emprendimiento*. Arteaga G. Maria Elizabeth, Lasio M. Virginia. Guayaquil : ARMILGRAF, 2011.

La investigación permitió evaluar: el esfuerzo propio del emprendedor, la situación actual del emprendimiento en la Provincia de Pastaza del Ecuador [4]. Se dispuso de: información actualizada sobre el funcionamiento de su ecosistema emprendedor y las diferentes acciones que viene desarrollando las autoridades locales para el fomento del emprendimiento. La investigación permitió evaluar: el esfuerzo propio del emprendedor, la situación actual del emprendimiento en la Provincia de Pastaza del Ecuador [4]. Se dispuso de: información actualizada sobre el funcionamiento de su ecosistema emprendedor y las diferentes acciones que viene desarrollando las autoridades locales para el fomento del emprendimiento [8]. Se verificó la importancia del desarrollo del espíritu emprendedor, lo cual se plasma en un aporte teórico de la Universidad, a la comunidad, para mejorar el ecosistema emprendedor. Lo cual se realiza mediante la identificación de la situación actual de los planes, programas y proyectos de emprendimiento, con sus falencias e incentivos al invertir en emprendimiento, como estrategia que será a mediano y largo plazo [9].

El objetivo de la investigación es evaluar la situación actual del emprendimiento, como un diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento, y como instrumento de desarrollo en la provincia de Pastaza del Ecuador [10].

Se analizan las principales teorías emitidas en torno al emprendimiento, los nuevos planteamientos, principales lineamientos de desarrollo armónico y sustentable de la provincia, mediante un mecanismo participativo de sus principales actores locales [11].

Un hallazgo de la investigación es que el Ecosistema Emprendedor es muy favorable a los profesionales, quienes antes de emprender el negocio el 23,47% ya tenían un título universitario². La provincia de Pastaza es la provincia más grande del Ecuador y de la Región 3, probablemente con mayores contrastes y características diferenciadoras. Cuenta con una extensión del 29.773 Km² aproximadamente de la zona oriental exclusivamente, lo que equivale al 66% de la Región 3 y el 12% del territorio nacional. Limita al norte con las provincias de Napo y Orellana, al sur con Morona Santiago, al este con el Perú (Departamento de Loreto) y al oeste con la provincia de Tungurahua. Pastaza, es una zona de gran precipitación fluvial presente a lo largo de todo el año, el clima es cálido y húmedo con una temperatura que varía entre los 18° y 24° grados centígrados. Algunos de los muchos ríos de la provincia son el río Pastaza, el río Puyo y el río Curaray. Según el censo de población del 2010, la provincia tenía 83.933 habitantes, dividida en cuatro cantones.

Se verificó la importancia del desarrollo del espíritu emprendedor, lo cual se plasma en un aporte teórico de la Universidad, a la comunidad, para mejorar el ecosistema emprendedor. Lo cual se realiza mediante la identificación de la situación actual de los planes, programas y proyectos de emprendimiento, con sus falencias e incentivos al invertir en emprendimiento, como estrategia que será a mediano y largo plazo [9].

- El objetivo de la investigación es evaluar la situación actual del emprendimiento, como un diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento, y como instrumento de desarrollo en la provincia de Pastaza del Ecuador [10].
- Se analizan las principales teorías emitidas en torno al emprendimiento, los nuevos planteamientos, principales lineamientos de desarrollo armónico y sustentable de la provincia, mediante un mecanismo participativo de sus principales actores locales [11].
- Un hallazgo de la investigación es que el Ecosistema Emprendedor es muy favorable a los profesionales, quienes antes de emprender el negocio el 23,47% ya tenían un título universitario³.
- La provincia de Pastaza es la provincia más grande del Ecuador y de la Región 3, probablemente con mayores contrastes y características diferenciadoras. Cuenta con una extensión del 29.773 Km² aproximadamente de la zona oriental exclusivamente, lo que equivale al 66% de la Región 3 y el 12% del territorio nacional. Limita al norte con las provincias de Napo y Orellana, al sur con Morona Santiago, al este con el Perú (Departamento de Loreto) y al oeste con la provincia de

² Charlin, Marcelo [et al.], «Propuestas sobre políticas, programas y proyectos para el fomento de la inserción laboral de jóvenes en Chile», Marcelo Charlin de Groot and JürgenWeller, Juventud y Mercado Laboral: Brechas y Barreras, Santiago de Chile, Revista FLACSO-Chile; CEPAL, 2006, 215, 956-205-212-5.

³ Charlin, Marcelo [et al.], «Propuestas sobre políticas, programas y proyectos para el fomento de la inserción laboral de jóvenes en Chile», Marcelo Charlin de Groot and JürgenWeller, Juventud y Mercado Laboral: Brechas y Barreras, Santiago de Chile, Revista FLACSO-Chile; CEPAL, 2006, 215, 956-205-212-5.

DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVAS DE FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO

Tungurahua. Pastaza, es una zona de gran precipitación fluvial presente a lo largo de todo el año, el clima es cálido y húmedo con una temperatura que varía entre los 18° y 24° grados centígrados. Algunos de los muchos ríos de la provincia son el río Pastaza, el río Puyo y el río Curaray. Según el censo de población del 2010, la provincia tenía 83.933 habitantes, dividida en cuatro cantones.

II. MÉTODOS

El proceso de recopilación de la información primaria, es muy importante ya que de ello depende la confiabilidad y validez de la investigación, por lo cual se realizó con cuidado. La técnica utilizada fue la encuesta, por medio del instrumento del cuestionario. La información de emprendimiento, de fuentes secundarias provienen de: artículos científicos, depositarios digitales, libros, monografías, tesis, folletos, entre otros. Con la finalidad de garantizar la autenticidad de los resultados presentados, se utilizó entrevistas a los actores del ecosistema local, lo que se consideró información de campo, cada uno de los 4 cantones en Provincia, como se observa en la tabla 1.

Tabla 1. División política de Pastaza

No.	Cantón	Población (2010)	Área (Km ²)	Cabecera Cantonal
1	Arajuno	6.491	8.767	Arajuno
2	Mera	11.861	520	Mera
3	Pastaza	62.016	19.727	Puyo
4	Santa Clara	3565	311	Santa Clara

Fuente: Tomado: [http://www.pastaza.gob.ec/pastaza/historia-de-la-provincia_\(15\)](http://www.pastaza.gob.ec/pastaza/historia-de-la-provincia_(15))

Las encuestas fueron aplicadas a 194 emprendimientos exitosos o visibles en los cuatros cantones de la provincia, al aplicar no se relacionó con la población, ni tampoco se extrajo una muestra poblacional. Las encuestas se aplicaron a emprendimientos exitosos y que son referentes dentro de la población y del sector. Se realizaron talleres de validación de la información levantada y encontrada en la provincia, del diagnóstico y perspectivas de emprendimiento en la Universidad y talleres con las asociaciones.

II. RESULTADOS

La relevancia por realizar un diagnóstico y las perspectivas del emprendimiento como instrumento de desarrollo de la provincia de Pastaza es parte del diagnóstico de la Región 3 del Ecuador, a fin de conocer un ecosistema apropiado para la generación de nuevos emprendimientos y el impulso del espíritu empresarial. En la la investigación se consideraron: indicadores de diagnóstico como conocimiento acerca del emprendedor, Factores relevantes del emprendimiento, Aporte socio-económico del emprendimiento, e incentivo al emprendimiento. Como se aprecia en la tabla 2.

Tabla 2. Indicadores de Emprendimiento

I Conocimiento acerca del emprendedor	II Factores relevantes del emprendimiento
1 Informativa	10 Capital
2 Estrato Económico (infancia)	11 Trabajó como empleado antes
3 Experiencia laboral (infancia - adolescencia)	12 Familia
5 Influencia	13 Cambio de imagen inicial
6 Motivo	14 Mejora
7 Auto consideración	15 Dedicación exclusiva a la empresa
8 Educación	16 Factores de éxito más importantes
9 Tiempo	17 Errores más grandes
III. Aporte socio-económico del emprendimiento	IV. Incentivo al emprendimiento
18 Número de fuentes de trabajo directas	23 Apoyo recibido para inicio de su emprendimiento
19 El empleo generado (Área)	24 Área y calificación del tipo de apoyo recibido
20 Mercado actual	25 Orientación de la política pública
21 Expansión en los próximos 3 años	26 Emprendimiento respecto a la legislación
22 Patrimonio estimado	27 Infraestructura y normativa de la ciudad
	28 Percepción del trabajo - medio
	29 Protección del Estado al emprendimiento
	30 Perspectiva futura

La investigación fue aplicada a emprendimientos exitosos y visibles a los sectores económicos: primario, secundario y terciario. Dedicados a diferentes actividades: víveres, comercio de productos terminados, panaderías, sala de belleza, agricultores, frigoríficos, ferreterías, panaderías y pastelerías, profesionales en varias áreas, etc. Los resultados se muestran en la tabla 3.

Tabla 3. Sector y Actividad

Sectores	Actividad
Primario	4
Secundario	36
Terciario	154
Total general	194

Se aprecia que el sector que más sobresale es el sector terciario relacionado con los servicios con 154 emprendedores, le sigue el secundario con 36 emprendedores.

DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVAS DE FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO

I. Conocimiento del emprendedor

Se indagó respecto a varias variables importantes como: edad, sexo, cuando fue el inicio de la actividad y los aspectos socioeconómico alrededor del emprendimiento, así como el estrato económico antes y actual, la experiencia laboral previa, quien o quienes influyeron su emprendimiento, el nivel de educación y otros factores que llevaron a los abordados a tomar la decisión de emprender [8].

En la tabla 4 reflejan el conocimiento del Emprendedor.

Tabla 4. Conocimiento del Emprendedor

Pastaza	
194	100%
Femenino	
104	54%
Masculino	
87	45%
Estrato económico bajo	33%
Estrato Económico Medio y Alto	66%
Edad promedio	41
Edad Actual (% Bajo la media)	61%
Edad Actual (% Sobre la media)	39%

Se observa que quienes más emprenden son la mujeres con 54%, los hombres 45%. Siendo mayor el estrato económico medio y alto con 66%, la edad promedio es de 41 años.

En la tabla 5 se observa la influencia en el emprendimiento.

Tabla 5. Influencia en el emprendimiento

Influencia en el emprendimiento	
Nadie	34%
Influencia	66%
Grupos: Asociaciones, Gremios, Clubes, Cámaras	18%
Educación: Escuela, Colegio, Instituto, Universidad	38%
Familia, amigos, conocidos	44%

Al crear los emprendimientos tienen una gran por influencia 66% y relacionados con el medio familiar, amigos y conocidos en 44%; y la educación influyen con un 38%.

En la tabla 6 se recoge. Por qué emprendió.

Tabla 6. Por qué emprendió

Porque emprendió	
Idea	32%
Necesidad	41%
Oportunidad	24%

Al momento de iniciar los emprendimientos y que actualmente son exitosos o visibles, se le pregunto por qué emprendió, la respuesta fue: por necesidad con 41%, por una idea de negocios es de 32% y por oportunidad un 24%. Como se observa en la tabla 7.

Tabla 7. Educación del emprendedor

Educación del emprendedor	Actual
Ninguna	21%
Posgrado	4%
Primaria	75%
Secundaria	89%
Técnica	25%
Tecnológica	15%
Universitaria	81%

Los emprendimientos relacionados con la educación: está en primer lugar la educación secundaria con el 89%, Universitaria son del 81%, seguido por la primaria con 75%. En la tabla 8 se observa cómo se considera como persona

Tabla 8. Como se considera como persona

Como se considera como persona	
Realista	53%
Independiente	32%
Humanista	6%

Las personas cuando emprenden un negocio tienen una realidad de su entorno de los 53%, independientes con 32% y humanistas en un 6%, lo cual se muestra en la tabla 9.

Tabla 9. Tiempo del emprendimiento

Tiempo del emprendimiento	
Empresas Recientes (menos de 1 año)	8%
Empresas Antiguas (Más de 10 años)	26%
Largo Plazo (1-9 años)	66%

Los emprendedores y sus emprendimientos para alcanzar una madurez y una estabilidad en el tiempo y que sean duraderos están a largo plazo es de 9 años en adelante con un 66% y negocios antiguos más de 10 años con un 26%.

II. Factores relevantes del emprendimiento

En este segmento de la investigación, se consideró la importancia de profundizar el conocimiento de las variables financieras, laborales, factores de éxito, y errores durante el proceso de crecimiento de la empresa [12].

Los emprendedores para iniciar su emprendimiento necesitan ahorrar para formar un capital de inicio un 54%, menos del 50% y con capital menor al 75% fueron financiadas, como se muestra en la tabla 10.

DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVAS DE FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO

Tabla 10. Capital de Financiamiento

Capital financiado (inicio)	
Ninguno	57%
Menos de 25%	48%
Menos de 50%	50%
Menos de 75%	21%
Personas con capital menor al 75%	176

Los emprendimientos y las empresas nacen del entorno familiar y crean empleo no solamente entre sí; crea 107 puestos de trabajo en servicios generales, y algunos miembros familiares si trabajan en el emprendimiento con 43%, como se observa en la tabla 11.

Tabla 11. Miembros de familia

Miembros de la familia vinculados	
Todos	13%
Algunos	43%
Ninguno	42%
Plazas de Trabajo Generadas	107
Aporte empleo a la Región	14%

La gran mayoría de emprendimientos si quiere cambiar su imagen corporativa de como iniciaron y donde quieren como posicionamiento en el 66%, como se refleja en la tabla 12.

Tabla 12. Cambio de imagen

Cambios imagen corporativa inicial	
No	33%
Parcialmente	27%
Completamente	39%
Indicador Innovación Imagen	66%

El cambio de infraestructura del emprendimiento si es necesario en la gran mayoría el 63%, como se observa en la tabla 13.

Tabla 13. Mejoramiento de infraestructura

Mejoramiento en la infraestructura inicial		
No	60%	42,02
Parcialmente	80%	45,84
Completamente	100%	32,47
Innovación Infraestructura.		63%

Los factores de éxito se relacionan con atención al cliente en 29%, calidad del producto 20% y la constancia en un 17%. Los errores cometidos, son esencialmente atribuidos al exceso de confianza con 37%, a fiar en un 55% y un 31 % no ha cometido errores. Esto se muestra en la tabla 14.

Tabla 14. Factores de éxito y errores

Factores de éxito	
Constancia	17%
Atención al Cliente	29%
Calidad del producto	20%
Errores Cometidos	
Ninguno	31%
Exceso de Confianza	37%
Desconocimiento Negocio	5%
Fiar	55%

III. Aporte socioeconómico del emprendimiento

Se destaca en este segmento de la investigación de fuentes y áreas de empleo generado, mercados y planes de expansión de la empresa. La figura 1 recoge las fuentes de Empleo Directas.

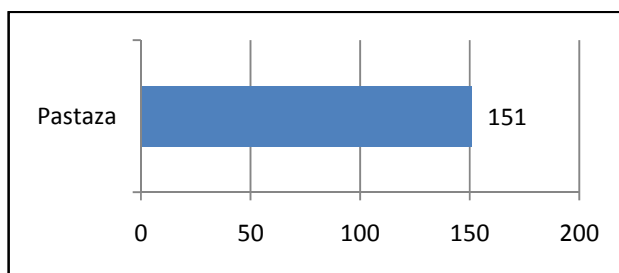


Figura 1. Fuentes de Empleo Directa

Los emprendedores generan puestos de trabajo más por área de ventas con 93 empleos, seguido de personas que realicen varias funciones a la vez con 48 puestos. Lo cual se refleja en la figura 2.

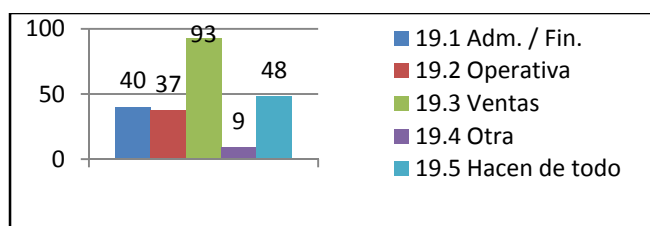


Figura 2. Generación de puestos de trabajo del emprendimiento

Los emprendedores exitosos quieren expandir su mayor mercado a nivel local y regional y pocos a nivel nacional, como se observa en la figura 3.

DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVAS DE FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO

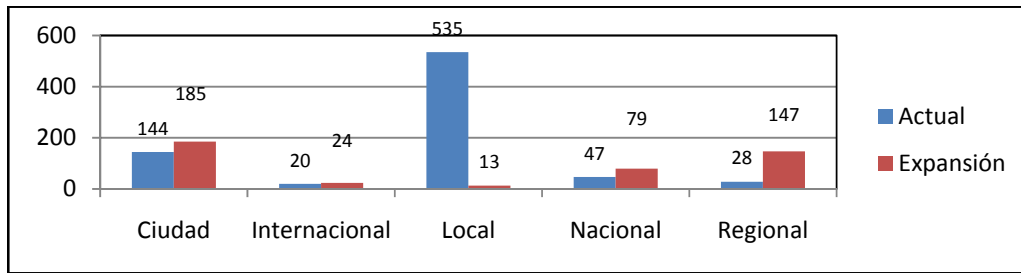


Figura 3. Expansión del mercado

IV. Incentivo proporcionado al emprendimiento

El mayor apoyo recibido para iniciar o crecer su emprendimiento son otras personas con 89% y la familia con 64%, como se observa en la figura 4.

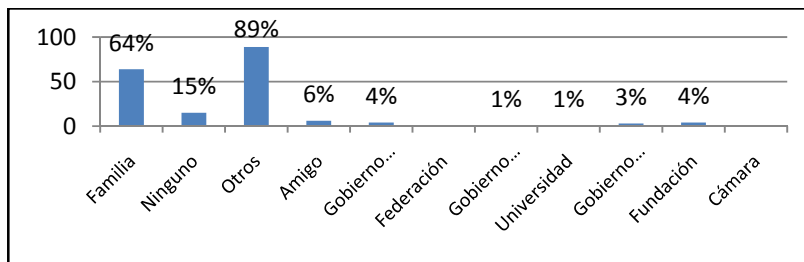


Figura 4. Apoyo recibido para inicio del emprendimiento

La gran mayoría de emprendimiento recibió capacitación 68% en productividad o comercio, económico-financiero 71% y ventas 54%, como se muestra en la figura 5.

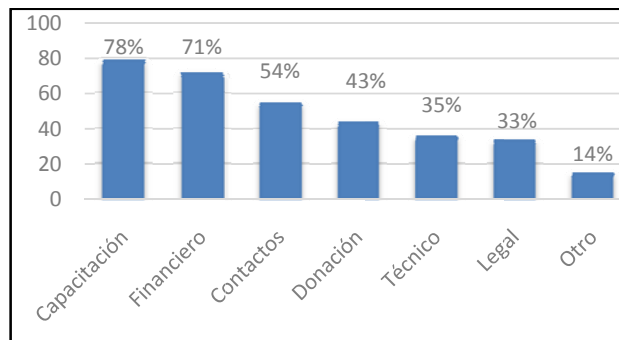


Figura 5. Área y calificación del tipo de apoyo

La orientación de las instituciones públicas que apoyan a los emprendimientos se ve reflejada en la expansión del negocio a las ventas a nivel nacional con 65%, a tener una cultura emprendedora 27% y el fomento de nuevo emprendimientos con 24%, como se observa en la figura 6.

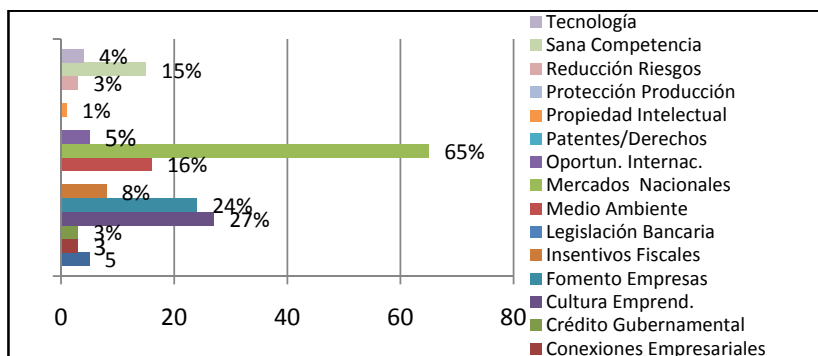


Figura 6. Orientación de la política pública de incentivo

La figura 7 recoge que la gran mayoría manifiesta conocer y aplicar que la legislación si ayuda y favorece al emprendimiento, las instituciones que ayudan al financiamiento, si se conoce la relación judicial, ambiental y laboral de los emprendimientos.

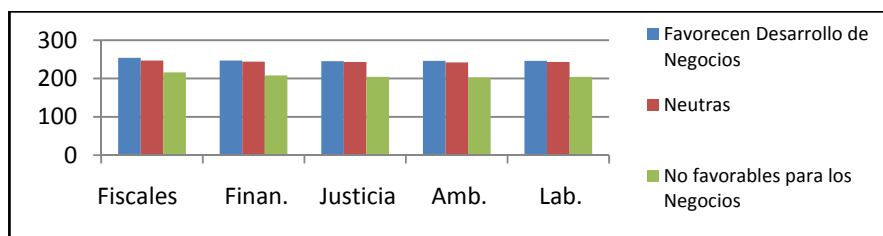


Figura 7. Emprendimiento respecto a la legislación del Ecuador

El mayor apoyo recibido para iniciar o crecer su emprendimiento, son otras personas con 89%, la familia con 64%. El 68% de los encuestados se capacitó en productividad o comercio, económico-financiero 71% y ventas 54%. Las instituciones públicas que apoyan a los emprendimientos se ve reflejada en la expansión del negocio, con ventas a nivel nacional con 65%, a tener una cultura emprendedora 27% y el fomento de nuevo emprendimientos con 24%. La gran mayoría manifiesta conocer y aplicar que la legislación si ayuda y fortalece al emprendimiento, las instituciones públicas sí auxilian al financiamiento.

IV. DISCUSIÓN

El diagnóstico y las perspectivas del emprendimiento como instrumento de desarrollo de la provincia de Pastaza, permitió conocer acerca del ecosistema para la generación de nuevos emprendimientos y el impulso del espíritu empresarial.

Se ha detectado áreas estratégicas para dinamizar el emprendimiento, estas deberían estar articuladas en un contexto de: productividad, asociatividad, nuevos mercados, fomento financiero, canales comerciales, para fortalecer el emprendimientos, se deberán implementar mecanismos de concreción, articulación social, reglamentación y socialización de la información, buscando aprovechar las oportunidades locales, regionales, nacionales e internacionales que puedan existir, para incursionar en nuevos mercados.

En cuanto al mejoramiento de la infraestructura, en producción, administración, ventas, financiera y comunicación, con estrategias de crecimiento y su incidencia para renovar la imagen corporativa, tiene relación directa con el reconocimiento de su producto. La expansión de mercados a nivel geográfico, acompañado por el optimismo ante el futuro del país para el emprendimiento,

Estas políticas se incentivaron más en el colegio, en la universidad y en la escuela en ese orden [12]. Esto demuestra que formar en los jóvenes en la cultura emprendedora es una gran oportunidad, pues se han convertido en verdaderos semilleros de emprendimiento, pero hay mucho trabajo aún por hacer, puesto que el porcentaje de emprendedores formados es más alto en la educación media que

DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVAS DE FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO

en la primaria (edad clave) y que en la universidad en donde cuentan con herramientas más avanzadas de gestión [13].

V. CONCLUSIONES

1. Se destaca el sector Terciario relacionados con los servicios, con un 154 emprendedores y secundario con 36 emprendedores, las mujeres son las más emprendedoras, con un estrato económico medio y alto con 66%, la edad promedio de 41 años.
2. La influencia al momento de realizar un emprendimiento tiene 66%, con otras personas y familiar, amigos y conocidos en 44%; en educación 38% relacionado en secundaria 89% universitaria son los 81%, primarias con 75%.
3. Las relaciones labores, miembros de familia que conforman el emprendimientos son algunos con 43% y ninguno un 42%.
4. Los emprendedores más exitosos son por necesidad con 41%, por una idea de negocios 32% y por oportunidad un 24%. Los mismos son realistas 53%, independientes con 32%, y son más duraderos que están a largo plazo de 9 años en adelante con un 66% y negocios antiguos más de 10 años con un 26%.
5. El capital de inicio del emprendimiento, lo financia las instituciones financieras un 54%, y menos del 50% y con capital menor al 25%.
6. La gran mayoría de los emprendimientos si quiere cambiar su imagen corporativa de como iniciaron y donde quieren llegar con 66%, para tener factores de éxito se relacionan con atención al cliente en 29%, calidad del producto 20% y la constancia en un 17%. Los errores cometidos, son esencialmente atribuidos al exceso de confianza con 37%, a fiar en un 55.
7. Los emprendedores generan puestos de trabajo más por área de ventas, seguido de personas que realicen varias funciones a la vez. Los emprendedores exitosos quieren su mayor mercado a nivel local y regional y pocos a nivel nacional.
8. La mayoría recibió capacitación 68% en productividad o comercio, económico-financiero 71% y ventas 54%.
9. La orientación de las instituciones públicas que apoyan a los emprendimientos se ve reflejada en la expansión del negocio a las ventas a nivel nacional con 65%, a tener una cultura emprendedora 27% y el fomento de nuevo emprendimientos con 24%. Se manifiesta que la legislación si ayuda y favorece al emprendimiento, el entorno donde se desarrolla y crece el emprendimiento y sus clientes tienen mucha admiración, apoyo y respeto.
10. La flexibilidad en el desarrollo del emprendimiento, la formación del emprendedor para que pueda iniciar y sostener en el tiempo es muy importante, el apoyo de las instituciones públicas.

VI. REFERENCIAS

1. SENPLADES. Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013. 2011. [Citado: 10 de marzo del 2014]. Disponible en: <http://plan.senplades.gob.ec/>
2. Espino-Valdés A, Sánchez-Sánchez R, Aguilera-Martínez AF. Procedimiento para el control de gestión en la Empresa. Ingeniería Industrial. 2013; 34(2):194-211. ISSN 1815-5936.
3. Espinosa Moré S. El Índice de Aporte General de una Organización empresarial a la Sociedad. Ingeniería Industrial. 2011; 33(2):175-87. ISSN 1815-5936
4. Pérez Vergara I, Cifuentes Laguna AM, Vásquez García D. Un modelo de gestión de inventarios para una empresa de productos alimenticios. Ingeniería Industrial. 2013; 33(2):227-236. ISSN 1815-5936
5. Prefectura Pastaza. División Política de Pastaza. 2010. [Citado: 03-03-2014]. Disponible en: <http://www.pastaza.gob.ec/pastaza/historia-de-la-provincia>.
6. Berriel-Caballero G, Otero-Gómez I, Albert-Díaz ME. Diagnóstico para valorar la introducción de un nuevo servicio. Ingeniería Industrial. 2014; 35(1):85-93. ISSN 1815-5936.

7. Marrero Hernández RA, et al. Modelo de diagnóstico de procesos aplicado en la comercializadora de artículos ópticos. *Ingeniería Industrial*. 2015;36(1):29-38. ISSN 1815-5936.
8. Parra Berna I, Leon D, Argote Cusi M. Una mirada a las empresas de los estudiantes y egresados: el caso de la Universidad EAN. *Estudios Gerenciales*. 2015 (31):122-34. ISSN 0123-5923.
9. Amorós L. El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Revista Latinoamericana de Administración*. 2011 (46):1-15. ISSN 1012-8255.
10. Sauka A, Welter F. *Productive and Unproductive Entrepreneurship in Latvia s.l.: Stockholm School of Economics in Riga and Baltic International Centre for Economic Policy Studies (BICEPS)*; 2010. ISBN 978-9984-842-21-9.
11. Sempere J. *Mejor con menos. Necesidades, explosión consumista y crisis ecológica*. Barcelona: Editorial Crítica; 2009. ISBN 978-84-7423-866-2.
12. Ferraro C, Stumpo G. *Políticas de apoyo a las pymes en América Latina: entre avances innovadores y desafíos institucionales*. Santiago de Chile: CEPAL & ONU; 2010. ISBN 978-92-1-323377-1.
13. Higuera Palacio AM. *Políticas institucionales de emprendimiento: formulación y medición*. En: XXII Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial. Quito: Universidad ICESI; 2012. ISBN 978-958-8357-45-4.