



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Trabajo de Titulación

Modalidad: Proyecto de Investigación

Título:

Emprendimientos y el desarrollo sostenible del Cantón Chone, año 2022

Autoras:

Muñoz Meza Jahaira Jamileth

Zambrano Muñoz Julexy Lissette

Unidad Académica:

Extensión Chone

Carrera:

Administración de empresas

Director de Tesis:

Ing. Jhon Arturo Álava Intriago

Chone – Manabí – Ecuador

Marzo 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor de la Extensión de Chone de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de las estudiantes **Muñoz Meza Jahaira Jamileth** y **Zambrano Muñoz Julexy Lissette**, legalmente matriculadas en la carrera de Administración de Empresas período académico 2022-2023, cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es “Emprendimientos y el desarrollo sostenible del Cantón Chone, año 2022”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Chone, Marzo del 2023.

Lo certifico,

Ing. Jhon Arturo Álava Intriago, Mg.

Docente Tutor

Administración de Empresas

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA TESIS.

Nosotras Muñoz Meza Jahaira Jamileth y Zambrano Muñoz Julexy Lissette, estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Chone, declaramos bajo juramento, que el trabajo de titulación, denominado **“Emprendimientos y el desarrollo sostenible del Cantón Chone, año 2022”**, es de nuestra autoría; y que, previamente no ha sido presentada por otro estudiante, se han consultado todas las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento, las ideas, pensamientos, opiniones y la información de esta investigación, son de única responsabilidad de las autoras.

En consecuencia, asumimos la responsabilidad de la originalidad de la misma. Finalmente, se declara que las autoras están de acuerdo con ceder los derechos de uso del presente trabajo de titulación, para que forme parte del patrimonio intelectual a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Chone, Marzo del 2023

En consecuencia, asumimos la responsabilidad de la originalidad de la misma.

Atentamente

Muñoz Meza Jahaira Jamileth

Autora

Zambrano Muñoz Julexy Lissette

Autora

APROBACION DEL TRIBUNAL

Las personas que conforman el tribunal examinador aprueban el trabajo de titulación en modalidad proyecto de investigación denominado **“Emprendimientos y el desarrollo sostenible del Cantón Chone, año 2022”** el cuál fue realizado por las autoras JAHAIRA JAMILETH MUÑOZ MEZA y JULEXY LISSETTE ZAMBRANO MUÑOZ de la carrera de Administración de Empresas de la Extensión Chone de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Chone, Marzo de 2023

Mg. Yenny Zambrano Villegas

DECANA

Ing. Jhon Arturo Álava Intriago

TUTOR

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lic. Indira Zambrano Cedeño Mgs.

SECRETARIA

DEDICATORIA

De manera principal dedico el presente a trabajo de titulación a Dios por mantenerme con vida, salud y guiar mi camino.

A mis padres que han sido el pilar fundamental en mi vida, y mi principal apoyo y motivación para lograr mis metas, son quienes me han enseñado que a pesar de que el camino sea difícil, siempre se encuentra la manera de seguir adelante.

A mi familia, quienes siempre me motivaron a seguir esforzándome para cumplir esta meta.

Gracias todos por su apoyo incondicional.

En la vida hay que aprender a mantenerse fuerte, no importa cuantos obstáculos se te presenten en el camino, depende de ti avanzar con fuerza, carácter y determinación. Convierte cada debilidad en una fortaleza y lograrás llegar a tu meta. Muchas Gracias.

Jamileth Muñoz.

DEDICATORIA

Agradecida con Dios por tantas bendiciones, las cuales me permiten el día de hoy, dedicar el presente trabajo de titulación a mi padre, quien me enseñó como hacerme responsable de cada tarea que tenga establecida para conseguir mis metas. También está dedicado a mi madre, quien me enseñó que incluso la tarea más grande se puede lograr si se hace un paso a la vez.

Así mismo a mis hermanas y hermano quienes también estuvieron en todo momento brindándome su apoyo incondicional.

Julexy Zambrano

RECONOCIMIENTO

De manera especial a nuestro Tutor de Tesis de grado el Ing. Jhon Arturo Álava Intriago que con sus conocimientos, asesoramiento, paciencia y dedicación supo guiarnos en cada proceso para el desarrollo y culminación de la presente investigación.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Chone por acogernos y habernos permitido el privilegio de adquirir conocimientos en sus aulas.

De manera especial a la Carrera Administración de Empresas y a nuestros Docentes por su gran esfuerzo en impartirnos sus conocimientos y enseñanzas para nuestra formación profesional.

Finalmente, a nuestros padres por su apoyo emocional y económico para seguir adelante en nuestros estudios y en la culminación de este trabajo.

A todos, muchas gracias.

Jamileth Muñoz y Julexy Zambrano

ÍNDICE

ÍNDICE	viii
RESUMEN	x
INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	3
CAPÍTULO I	5
DISEÑO TEÓRICO	5
1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	5
1.1.1 Planteamiento del problema	5
1.1.2 Formulación del problema	5
1.2. OBJETO Y CAMPO DE ESTUDIO	6
1.2.1. Objeto de estudio	6
1.2.2. Campo de estudio.....	6
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.3.1 Objetivo general.....	6
1.3.2 Objetivos específicos.....	6
1.4 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.5 DELIMITACIÓN Y VARIABLES	7
1.4.1 Delimitación espacial.....	7
1.4.2 Delimitación temporal	7
1.4.3 Variable dependiente	7
1.4.4 Variable independiente	7
CAPÍTULO II	8
DISEÑO METODOLÓGICO	8
2.1 Metodología de la investigación.....	8
2.2 Diseño de la investigación.....	8
2.3 Población y Muestra.....	9
2.3.1 Población.....	9
2.3.2 Muestra.....	9
2.4 Métodos	12
2.4.1 Método Descriptivo	12
2.4.2 Método Analítico	12
2.4.3 Método Deductivo	12

2.4.4 Método Histórico.....	13
2.4.5 Método Bibliográfico	13
2.5 Técnicas de investigación y recolección de datos	13
2.5.1 Encuesta.....	13
2.5.2 Entrevista.....	14
CAPÍTULO III	15
MARCO TEÓRICO	15
3.1 Antecedentes del emprendimiento	15
3.2 Emprendimiento	16
3.3 Emprendedor.	17
3.3.1 El emprendimiento y su problemática.....	18
3.3.2 El emprendedor frente al mercado laboral.....	19
3.4 Marketing en el emprendimiento	20
3.4.1 Marketing digital y su aporte al emprendimiento efectivo	21
Emprendimientos en el Cantón Chone	23
Tipos de Emprendimientos en el Cantón Chone	24
3.5 Desarrollo sostenible	27
3.6 Economía ambiental y su aporte al desarrollo sostenible	28
3.7 La Agenda del 2030 y los Objetivos del Desarrollo Sostenible.....	29
Desarrollo sostenible del Cantón Chone	30
CAPITULO IV.....	32
ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	32
4.1 Análisis de resultados	32
4.2 interpretación de resultados	32
4.2.1 Encuesta.....	33
4.2.2 Entrevista.....	40
CAPITULO V.....	42
PROPUESTA.....	42
CONCLUSIONES	45
RECOMENDACIONES	46
BIBLIOGRAFÍA	47
ANEXOS	49

RESUMEN

Con la finalidad de otorgar un extracto de la presente investigación, se expresa que las causas principales del problema relacionado con la investigación presente son: poca participación de las instituciones públicas para brindar información relevante sobre como emprender a través de campañas; deficiencia con el aprovechamiento de la creación de emprendimientos para fomentar el desarrollo económico, social y ambiental del cantón Chone; falta de conocimiento económico, empresarial y microempresarial que son bases para llevar a flote un negocio y la falta de financiamiento que existe dentro del cantón para que los emprendimientos tengan sustentabilidad y rentabilidad.

Con la finalidad de resolver esta problemática se planteo como objetivo “determinar la importancia de los emprendimientos para el desarrollo sostenible del cantón Chone” siendo importante conocer cada uno de los emprendimientos que nacen gracias a las mentes innovadoras de algunos habitantes, puesto que la falta de empleo en instituciones publicas o privadas, cada día está más presente, a través de la creación de emprendimientos se plantea contrastar el desarrollo sostenible, conservando el medio ambiente a través de practicas sanas en la elaboración de sus productos.

La metodología planteada en la presente investigación es de tipo mixta, pues nos derivamos de acciones cuantitativas gracias a la información recabada por encuestas, y cualitativa gracias a la observación directa realizada en los puntos comerciales del Cantón Chone, más la aplicación de entrevista. Los métodos que se aplicaran son: descriptivo, analítico, deductivo, histórico y bibliográfico, la población a investigar recae en 7,741 personas dedicadas al área comercial, de la cual se obtiene una muestra 135,89 microemprendimientos de la población.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación hace referencia a los emprendimientos y el desarrollo sostenible en el cantón Chone, provincia de Manabí, donde se analiza la importancia que tiene los emprendimientos en la generación de empleos, aplicando los objetivos del desarrollo sostenible, que van desde un panorama social, económico y ambiental.

La importancia radica en el crecimiento exponencial de nuevas oportunidades de empleo para los habitantes del cantón Chone, mediante las propuestas de aprovechamiento, promoción y elaboración de nuevos emprendimientos que son generados por las mentes innovadoras de algunos habitantes y que, a través, de ello se mejore la actividad comercial de las MiPymes respaldando al desarrollo sostenible del cantón chone, perteneciente a la provincia de Manabí.

Después de investigar y efectivizar el diagnóstico de esta problemática, se determinó que los efectos negativos del problema en cuestión con la presente investigación es, en primer instancia, que a pesar de que el cantón Chone posee productividad comercial por sus diferentes formas de producción, la tasa de desempleo en los últimos años iba en constante crecimiento, por lo tanto, al ejecutarse modos de innovación como lo son los emprendimientos, puedan estos mejorar el nivel laboral e industrial y a su vez generen el desarrollo económico del cantón en general.

Por lo tanto, se formuló la pregunta científica que va a orientar nuestra investigación, la cual es: ¿Cómo crear emprendimientos que fomenten el desarrollo sostenible a través de la participación ciudadana, instituciones publicas y privadas y el aprovechamiento de la implementación de propuestas de mejoramiento en la economía y la productividad del Cantón Chone?

Para cumplir con la pregunta científica que se planteó en lo anteriormente mencionado, se elaboró como objetivo general: Determinar la importancia de los emprendimientos para el desarrollo sostenible del cantón Chone en el año 2022

Por lo tanto, para darle contraste a este objetivo general, se elaboraron los siguientes objetivos específicos: Identificar el contexto geográfico para el manejo

eficiente de los emprendimientos, determinar acciones que conlleven la pertinencia del desarrollo sostenible en los emprendimientos y establecer indicadores que nos permitan determinar la importancia de los emprendimientos en la aplicación del desarrollo sostenible en el cantón Chone.

Finalmente, la estructura de la presente investigación se deriva en los siguientes capítulos:

En el primer capítulo se hace referencia a los fundamentos teóricos correspondientes a los antecedentes del emprendimiento, así como el planteamiento del problema y los objetivos para finalizar contrastando la hipótesis planteada.

En el segundo capítulo se fundamentó la metodología utilizada en la presente investigación, dentro de la cual se estableció un enfoque mixto, dándole valor cuantitativo como cualitativos con la finalidad de otorgar resultados a partir del procesamiento de datos y de la observación directa.

El tercer capítulo se enfoca en el marco teórico, respaldado por las diferentes concepciones aplicativas a la presente investigación, dando un sustento bibliográfico gracias a la cantidad de información obtenida por diferentes libros y sitios informativos.

El cuarto capítulo se fundamenta con el análisis de los instrumentos metodológicos con los cuales se recogieron datos específicos para darle respaldo a la investigación planteada.

Finalmente, el quinto capítulo abarca la propuesta de mejora de la presente investigación, la misma que busca darle un entorno sustancial a nuevas incógnitas que otorgarían un cambio positivo al tema de los emprendimientos en el cantón Chone.

JUSTIFICACIÓN.

Según lo que determina (Uribe Macías, 2013), se entiende a el emprendimiento como el conjunto de habilidades que nacen de la actitud personal, para captar oportunidades de su entorno, y así poder convertirlas en ideas innovadoras con base en su creatividad y generar proyectos productivos en diferentes campos, para beneficio propio y de su entorno.

Por otra parte, el desarrollo sostenible tiende a satisfacer las necesidades actuales a nivel mundial, sin que se comprometa ni complique la vida de las futuras generaciones, dando un equilibrio entre el crecimiento y productividad económica, el bienestar social y el cuidado al medio ambiente.

La relación de la presente investigación plantea una nueva orientación en el estudio dinámico de la formación emprendedora en el cantón Chone, provincia de Manabí y como esta se adapta a la ejecución del desarrollo sostenible en todas sus etapas, su necesidad recae en la aportación significativa que el emprendimiento brinda al desarrollo económico e innovador de una sociedad a través de sus nuevas fuentes de empleo, además de brindarle al emprendedor la libertad de laborar en lo que le gusta, por tal motivo, se establece un equilibrio entre su estilo de vida y el trabajo

Bajo este conjunto de ideas, la problemática sustancial dentro del presente proyecto investigativo es la insuficiencia laboral y el desempleo en el Cantón Chone, lo cual hace que la calidad de vida de una persona no sea la mas optima, sumando a esto que la mayor fuente de ingreso del cantón proviene de la zona rural, por lo que la innovación a través de los emprendimientos sugiere una solución efectiva.

Es importante determinar la relación del presente proyecto de investigación con los Objetivos del Desarrollo Sostenible emitido por la Organización de la Naciones Unidas (ONU), en el año 2015, los mismos que incorporan una visión del crecimiento económico, evidentemente generoso con la salud del planeta y de las personas.

Entre los que podemos destacar la integración de las tres dimensiones del desarrollo sostenible: la económica, la social y la ambiental, priorizando la lucha contra la pobreza y el hambre, pero con un fuerte anclaje en la defensa de los derechos humanos, la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, abordando la reducción de las desigualdades dentro de cada país y entre los diferentes estados como elemento prevalente, junto a la eliminación de patrones de consumo insostenibles. (Gómez, 2018, pág. 1)

La relevancia recae en el crecimiento significativo de nuevas oportunidades de empleo que son generados por la innovación de los emprendedores, esto determina de manera sustancial el desarrollo económico, no solo en el cantón Chone, sino también en el país entero.

La presente investigación se respalda con el Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 el cual fue emitido por la (Secretaría Nacional de Planificación, 2021), este instrumento hace énfasis en la responsabilidad entre el estado, el sector privado y la ciudadanía en general, aplicando lo que determina el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el Ecuador la tasa de desempleo en el año 2019 tuvo un comportamiento a la baja del (3,8%), mientras que en el 2020 ascendió al (5,0%), es decir, incrementó un 1,2% comparado con el 2019.

En relación a la idea anterior según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), somos el país de la región Latinoamericana con la tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), más alta del mundo, con el 36,7%, sin embargo, también somos la nación donde los negocios cierran prematuramente por falta de rentabilidad y financiamiento.

La utilidad del presente proyecto investigativo contrasta una mecánica adecuada para fomentar el desarrollo sostenible en todas sus etapas y así lograr el empoderamiento de las personas para que generen emprendimientos rentables y positivos.

CAPÍTULO I.

DISEÑO TEÓRICO.

1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

1.1.1 Planteamiento del problema.

El cantón Chone perteneciente a la provincia de Manabí está conformado por una población de 126,491 habitantes aproximadamente, según el último censo realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), además cuenta con una superficie total del 3.570.6 Km², gran parte de su población pertenece al área rural, debido a eso su economía y ramas de actividad están ligadas a la agricultura y ganadería, caza, pesca, manufactura, construcción, comercio, entre otras actividades.

Sin embargo, a pesar de las innumerables formas de producción que se generan en su rama de actividad, los índices de desempleo han aumentado drásticamente en los últimos años, esto debido a la falta de propuesta innovadora, que al ejecutarse permitan mejorar el nivel industrial y a su vez generen el desarrollo económico del cantón en general.

Después de investigar y realizar un diagnóstico de esta problemática, se estableció que las causas principales del problema relacionado con la presente investigación es la insuficiencia laboral, esto sumado a la poca participación de las instituciones públicas, desencadena en insuficientes ingresos económicos

1.1.2 Formulación del problema.

Con base al planteamiento anterior elaboramos la pregunta científica que va a orientar nuestra investigación, la cual es:

¿Cómo crear emprendimientos que fomenten el desarrollo sostenible a través de la participación ciudadana, instituciones públicas y privadas y el aprovechamiento de la implementación de propuestas de mejoramiento en la economía de y la productividad del Cantón Chone?

1.2. OBJETO Y CAMPO DE ESTUDIO.

1.2.1. Objeto de estudio.

El objeto de estudio de la presente investigación es el desarrollo sostenible en el Cantón Chone

1.2.2. Campo de estudio.

El campo de estudio se enfoca en las alternativas de mejora para el desarrollo sostenible de los emprendimientos en el Cantón Chone.

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.3.1 Objetivo general.

- Determinar la importancia de los emprendimientos para el desarrollo sostenible del cantón Chone en el año 2022

1.3.2 Objetivos específicos.

- Identificar el contexto geográfico para el manejo eficiente de los emprendimientos generados en el cantón Chone.
- Determinar acciones que conlleven la pertinencia del desarrollo sostenible en los emprendimientos establecidos en el cantón Chone.
- Establecer indicadores que nos permitan determinar la importancia de los emprendimientos en la aplicación del desarrollo sostenible en el cantón Chone.

1.4 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.

¿Conformar nuevos emprendimientos permite mejorar la economía, fomentando el desarrollo sostenible, en los habitantes del cantón Chone?

Respuesta: Sí, existe un crecimiento importante en el desarrollo económico del cantón Chone, debido al alto índice de emprendimientos que se están generando con el pasar del tiempo, si bien es cierto, la mayoría de estos emprendimientos generan un beneficio unipersonal para su creador, gracias a las encuestas realizadas a los emprendedores, pudimos contrastar que las fuentes de empleo brindadas por ciertos emprendimientos van en arduo crecimiento, esto ligado a los métodos de producción creados por los emprendedores y siguiendo a cabalidad todos los procesos adecuados para su funcionamiento, inducen el desarrollo sostenible en el cantón, no solo a nivel social o económico, sino también al ámbito ambiental.

1.5 DELIMITACIÓN Y VARIABLES

El presente trabajo de investigación esta direccionado en el estudio teórico y profundo acerca de los **“EMPRESARIOS Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL CANTÓN CHONE, AÑO 2022”**, cuyo enfoque territorial será la ciudad de Chone, Provincia de Manabí, la misma que se fundamentará en los aspectos teóricos y doctrinarios que den a conocer las bases del problema y su desarrollo.

1.4.1 Delimitación espacial.

El presente trabajo de investigación está delimitado para su análisis en la ciudad de Chone, Provincia de Manabí.

1.4.2 Delimitación temporal.

La información que será considerada para la ejecución del presente proyecto de investigación se encuentra enmarcada dentro del presente periodo: mayo del 2022, para finalizar en diciembre del 2022.

1.4.3 Variable dependiente

El desarrollo sostenible del Cantón Chone.

1.4.4 Variable independiente

Los emprendimientos.

CAPÍTULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

2.1 Metodología de la investigación

El marco metodológico es una de las partes más relevantes de una investigación, pues ésta nos direcciona al conjunto de métodos, estrategias e instrumentos utilizados para fundamentar la realidad de la investigación y la magnitud de su realización.

Según lo que determina (Martínez Ruiz, Metodología de la investigación., 2012), “la metodología de la investigación se refiere al estudio sistemático de los métodos que se utilicen en relación con los fines y metas que se plantean en la investigación científica” (pág. 88).

Bajo este conjunto de ideas, la presente investigación se establece dentro del estudio de campo, enfocado en el aspecto analítico y bibliográfico debido a que la información recabada es de carácter existente, por lo que relaciona la causa y el efecto de la metodología con la identificación de los factores influyentes de los emprendimientos para el desarrollo sostenible del cantón Chone.

2.2 Diseño de la investigación

Con la finalidad de establecer un enfoque completo a la presente investigación, esta se desarrollará bajo una metodología mixta, la cual ofrece una visión exacta a la realidad social, la misma que se adapta a las necesidades de la investigación planteada.

Bajo la concepción de (Ortega,2018), “el proceso de investigación mixto implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio”.

El enfoque cualitativo se demuestra en el análisis de la información teórica planteada, las misma que fueron recopiladas en diferentes fuentes bibliográficas, además de la observación que se planteó en las zonas comerciales del cantón chone, donde se pudo observar el movimiento comercial inducido a los diferentes emprendimientos que existen dentro de esta área comercial.

Mientras que el enfoque cuantitativo se refleja en la inclusión de la población del cantón Chone, donde a través de encuestas y entrevistas direccionadas a los principales emprendedores del Cantón, se fundamenta el análisis estadístico a través de sus resultados.

2.3 Población y Muestra

2.3.1 Población

De manera general entendemos a la población del Cantón Chone es de 126, 491 habitantes y se la determina como el conjunto de individuos o elementos que pueden ser estudiados y que a su vez se puede obtener resultados exactos de ese estudio. De la población establecida 7.741 son los emprendedores que se dedican a la actividad comercial en el Cantón.

Bajo este conjunto de ideas (Carrillo , 2015), establece que la población es el “conjunto de elementos que presentan una característica o condición común que es objeto de estudio” (pág. 8).

2.3.2 Muestra

De los 7.741 emprendedores, la muestra utilizada es de 135, 89 personas, la cual se establece como aquella parte de la población que se selecciona para obtener la información fundamental con la que se trabajará. Sin embargo, (Toledo , 2016), menciona que la muestra puede ser definida como un subgrupo de la población o universo y que para seleccionar la muestra primero deben de delimitarse las características de la población a trabajar.

Con la siguiente formula se calcula el tamaño de la muestra:

Tabla 1. *Fórmula para el cálculo de muestra en población finita.*

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

Fuente: (Bomba, 2015 citado por García & Burgos, 2019)

Donde:

n= Tamaño de muestra buscando

N= Tamaño de la Población o Universo.

z= Parámetros estadísticos que depende el nivel de confianza (NC).

e= Error de estimación máximo aceptado.

p= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito).

q= (1-p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

Tabla 2. Nivel de confianza para determinación de la muestra

Nivel de confianza	Z alfa
99,70%	3
99%	2.58
98%	2.33
96%	2.05
95%	1.96
90%	1.645
80%	1.28
50%	0.67

Fuente: (Bomba, 2015 citado por García & Burgos, 2019).

Sustituyendo los valores de la formula presentada anteriormente se especifica lo siguiente:

Tabla 3. *Calculo del tamaño de la muestra*

Parámetros	Insertar valor
N	7.741
Z	1,96
P	90%
Q	10%
E	5%

Fuente: (Martínez, 2021).

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

$$n = \frac{7.741 * 1.96_a^2 * 90 * 10}{5^2(7.741 - 1) + 1.96_a^2 * 90 * 10}$$

$$n = 135,89$$

Para el análisis de los emprendimientos y el desarrollo sostenible del Cantón Chone, el trabajo investigativo se direccionó a los emprendimientos que generan una de las actividades más importantes del cantón, como son el comercio a través de la oferta y demanda, debido a eso la muestra se constituye por 135,89 microempresas que se direccionan al emprendimiento, las cuales se tomaron de forma aleatoria y selectiva.

2.4 Métodos

2.4.1 Método Descriptivo.

La utilización del método descriptivo dentro de la presente investigación se fundamenta en la observación directa planteada a las zonas comerciales del cantón Chone, con la finalidad de analizar los movimientos comerciales y el auge de personas que se involucra comercialmente a nuevos emprendimientos, además de la información teórica recabada de otros autores sobre el tema planteado.

El método descriptivo busca un conocimiento inicial de la realidad que se produce de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores. Se refiere a un método cuyo objetivo es exponer con el mayor rigor metodológico, información significativa sobre la realidad en estudio con los criterios establecidos por la academia. (Abreu, 2014, pág. 198)

2.4.2 Método Analítico.

Para la realización del Método Analítico en la presente investigación aplicamos la clasificación de los diferentes elementos esenciales que forman parte ella y las interrelaciones que existen entre sí.

Según lo que establece (Abreu, 2014), “es un método fundamental para toda investigación científica o académica, y es necesario para realizar las operaciones teóricas como son la conceptualización y la clasificación” (pág. 199).

2.4.3 Método Deductivo.

La aplicación del Método Deductivo se reflejó en la conclusión que nacen a través de una de las premisas o serie de proposiciones planteadas, que deliberadamente se intuye que son verdaderas.

Según lo que establece (Escudero, 2018), “este método surge del análisis que tiene sus bases en los conocimientos generales que posee un investigador con el fin de lograr mediante su aplicación la obtención de conocimientos específicos relacionados con el problema de estudio investigado” (pág. 48).

2.4.4 Método Histórico.

Con la finalidad de estudiar los antecedentes referentes a la innovación creada las personas que se dedicaban al ámbito comercial en los tiempos remotos, se establece el presente método.

La comprensión del pasado puede permitir entender el modo de ser y el comportamiento humano y de la sociedad actual. Sus defensores afirman que la realidad social está anclada a una serie de ideas que provienen del pasado, las cuales determina hoy en gran medida el comportamiento social e individual. (Martínez Ruiz, Metodología de la investigación, 2012)

2.4.5 Método Bibliográfico.

A través de la información que se recabo de diferentes fuentes bibliográficas con la finalidad de solventar nuestro marco teórico, implementamos el método bibliográfico a la presente investigación, es decir, que, bajo los diferentes artículos científicos, entrevistas y libros conceptualizamos cada una de las partes fundamentales además de ofrecerle un respaldo significativo a la investigación.

2.5 Técnicas de investigación y recolección de datos.

La realización de las técnicas de investigación señala a los métodos de la investigación como un complemento necesario, dentro de los cuales se descubren procesos destinados a adquirir nuevos conocimientos sobre lo planteado. Dentro de este margen, recolectar datos establece un plan detallado que nos conducen a reunir un propósito.

Según lo que establece (Maya, 2014), “las técnicas de investigación comprenden un conjunto de procedimientos organizados sistemáticamente que orientan al investigador en la tarea de profundizar en el conocimiento y en el planteamiento de nuevas líneas de investigación” (pág. 4).

2.5.1 Encuesta

La encuesta sirve como herramienta de investigación científica, la cual tiene como finalidad recopilar información de calidad, es decir, es aquella información que se recopila de forma rápida y eficaz del conocimiento individual de las personas encuestadas. Según lo que establece (Grasso, 2006), “es un

procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas” (pág. 13).

Bajo la determinación de este preconcepto, las encuestas están dirigidas a la población emprendedora del cantón Chone, con el único fin de recabar información certera y eficaz, de aquellos que por contrastar una idea innovadora incurrieron en emprender un negocio y obtener una fuente de ingresos que proporcione cualidades económicas para su bien común, además de conocer a cabalidad las percepciones y aspiraciones individuales sobre el tema investigado.

2.5.2 Entrevista

Mientras que la entrevista es otra forma involucrada en la técnica de recolección de datos que, a través de la conversación directa entre sus participantes, se puede recabar información sustancial y direccionada a la problemática planteada.

CAPÍTULO III.

MARCO TEÓRICO.

3.1 Antecedentes del emprendimiento.

A lo largo de nuestra historia hemos entendido que los seres humanos realizamos acciones que derivan de nuestra necesidad, por lo que a nivel social y económico entendemos que la cultura de una persona emprendedora ha surgido desde tiempos donde la era industrial iba creciendo constantemente, sin embargo, la necesidad de innovar para poder sobrevivir y a su vez, establecer una mejor forma de vida fue generando mejoras en la productividad económica de las sociedades antiguas.

Según lo que determina (Macías , 2013) en el emprendimiento se unifican varias estructuras que van desde la actitud emprendedora, es decir, bajo un esquema personal, hasta el ecosistema emprendedor, que se maneja desde una estructura mucho más general. Debido a eso se busca una diferencia entre el emprendimiento como esencia pura y el emprendimiento empresarial, esto con la finalidad de evidenciar que el emprendimiento no solo corresponde a aquellos que crean una empresa o institución, sino más bien a cualquier actividad que obtenga una finalidad productiva y beneficiosa para la sociedad.

Bajo este conjunto de ideas, nos direccionamos al inicio novedoso del pensamiento administrativo, como fuente sustancial del crecimiento y desarrollo empresarial, donde se determina que:

El surgimiento del pensamiento administrativo está ligado indudablemente a las necesidades prácticas que han acompañado a la humanidad desde sus inicios como civilización. A pesar de la imposibilidad de datar exactamente sus orígenes antes del desarrollo de la escritura, el conocimiento sobre las condiciones de vida de los primeros hombres permite aventurar la hipótesis de que, debido a las necesidades prácticas para sobrevivir como la caza, la alimentación o la construcción de comunidades, estos precisaron de organizaciones jerárquicas o colaborativas entre los

individuos de sus grupos, planeación de estrategias para la obtención de alimentos o la regulación de las etapas de cultivo y cosecha de sus sembrados. Estas necesidades fueron cambiando con las épocas hasta hacerse cada vez más complejas y requerir de métodos de organización más elaborados que pudieran responder a lo demandado no solo por una aldea reducida sino por la ciudad. (Beltrán Ríos & López Giraldo, 2018, pág. 10)

3.2 Emprendimiento.

Conceptualizar al emprendimiento como una forma sustancial de crecimiento importante para la producción y economía de un negocio, puede sonar muy monótono en la actualidad, sin embargo, es importante recalcar que su definición va mucho más allá, este fenómeno puede entenderse como una oportunidad inherente a los recursos que se obtengan, y a través de ellos otorgar un cambio radical a lo que comúnmente se observa.

Cantillon (1755) citado por (Moreno Castro, 2016, pág. 18), describió al emprendedor como «la persona que paga un cierto precio para revender un producto a un precio incierto, por ende, tomando decisiones acerca de la obtención y uso de recursos, admitiendo consecuentemente el riesgo en el emprendimiento».

Es importante recalcar que la concepción anteriormente señalada es la primera en surgir, sin embargo, a lo largo del tiempo, otros autores fueron adaptando sus ideas con la ideología contemporánea, ampliando las concepciones del emprendimiento.

Según lo que determina (Lázaro, 2014) “emprender es crear una empresa para desarrollar productos o servicios que puedan solucionar un problema o satisfacer una necesidad” (pág. 26)

Su esencia radica en que el surgimiento de la innovación a través de la creación de una empresa o institución, es viable para el desarrollo comercial y económico, lo que genera un impacto positivo en la creación de oportunidades laborales

Por otra parte (Sparano Rada, 2017) establece al emprendimiento como un proceso, el cual ha generado impactos positivos en la producción económica de

América Latina, del cual se han generado altos índices de empleo, estableciendo un nivel de competitividad a nivel económico y comercial, tanto en mercados nacionales como internacionales.

3.3 Emprendedor.

De manera general entendemos que el emprendedor es aquella persona que tiene la iniciativa de crear y fomentar el desarrollo de una nueva empresa creando oportunidad laboral a partir de una idea innovadora, asumiendo riesgos y consecuencias.

El concepto emprendedor recoge el aporte teórico del racionalismo, el subjetivismo y el individualismo metodológico. Estas tres teorías han contribuido a asentar el capitalismo, absolutizando al homo oeconomicus. Este se caracteriza porque aplica las categorías analíticas de raíz económica a todos los ámbitos, convierte el mercado y la satisfacción de necesidades en el principal exponente de la cultura de la libertad y se desinteresa por la acción social, porque prima el individuo, que no el hombre, en relación consigo mismo frente a los bienes y la responsabilidad compartida. Este es el sustrato cultural que subyace a la cultura empresarial que ha convertido el individualismo en una forma de vida, y donde la obtención de beneficios a corto plazo es el principio rector de la toma de decisiones cada vez más arriesgadas. Posteriormente, el espíritu emprendedor allana el camino para la liberalización de la economía mundial y la globalización del libre mercado. Se concluye la necesidad de reforzar el valor antropológico de esta materia, puesto que se trata de un fenómeno que posee una fuerte identidad económica. (Azqueta Díaz de Alda, 2017, pág. 14)

Bajo este conjunto de ideas es importante recalcar la diferencia entre el emprendedor como tal y el empleado, por una parte, el emprendedor necesita tener un conjunto de habilidades y estrategias que van más allá de la labor cotidiana, lo cual hace mucho más compleja su actividad, además del conocimiento teórico como las finanzas, operaciones estratégicas, la

competencia y términos legales para no incurrir en algún delito. Por otra parte, el empleado, tiende a realizar las actividades que su jefe le pide.

Además de ello las características que derivan las habilidades de un emprendedor y la de un empresario, evidentemente estas son distintas, y (Schnarch Kirberg, 2016) establece las siguientes:

Emprendedor	Empresario
Visionario	Organizador
Creativo	Líder de equipos
Comunicativo	Vendedor
Asume riesgos	Minimiza riesgos
Puede no tener experiencia en gestión	Requiere de experiencia y formación

Elaborado por: (Muñoz & Zambrano, 2022).

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no solo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad. (Formichella , 2004, pág. 9)

3.3.1 El emprendimiento y su problemática.

Una de las incógnitas que surgen para aquellas personas cuya finalidad de ejercer un trabajo digno direccionado al emprendimiento, es saber qué tipo de productividad puede generar, y cuáles son las herramientas con las que cuenta para que su emprendimiento funcione.

Debido a esta incógnita, surgen los problemas después de la creación, ya que, al ser nuevo en el área del comercio, o inclusive teniendo cierto conocimiento, levantar un nuevo proyecto innovador, no siempre es positivo.

Las problemáticas que enfrentan los pequeños emprendedores son diferentes a las de aquellos que cuentan con el capital suficiente para iniciar una nueva actividad. En general, comienzan

este nuevo rumbo luego de largos períodos de desocupación; dicha experiencia sumada al escaso capital les otorga ciertas particularidades que no pueden ser atendidas solamente desde una perspectiva económica. El inicio del desarrollo de una estrategia emprendedora requiere diversos conocimientos y habilidades, que sumadas a la inexperiencia y escaso capital hace necesario un acompañamiento cercano y sostenido. (Peralta, 2019, pág. 14)

Si bien es cierto, muchos de estos proyectos fracasan en términos generales, por un déficit en el margen económico, también existen otras problemáticas como la competencia, ya que la tasa de nuevos emprendimientos es alta, sin embargo, la supervivencia del mismo es baja, esto debido a la mala organización y distribución comercial, y al poco o mal uso de las estrategias de marketing.

3.3.2 El emprendedor frente al mercado laboral

El mundo laboral cuenta con negocios muy diversos, donde los tiburones son las grandes empresas y corporaciones que producen en masa, mientras que las nuevas incorporaciones al mundo laboral nacen de la mano de los emprendedores, como nuevos prospectos del desarrollo y flujo económico. A través de esto surgen dos premisas que le dan un valor significativo al tema en cuestión.

La primera es el conocimiento estratégico, entendido como aquel conocimiento que se posee o se está en condición de adquirirlo y que responde a un saber que no está al alcance de cualquiera, pero que es o va a ser requerido por el mercado dado su componente estratégico ya mencionado. De esa forma, es creíble pensar que un experto en nuevas tecnologías de la comunicación que posee conocimientos que permiten a las empresas comunicar mejor y vender más, tendrá cabida en alguna de ellas o podrá ofrecer sus servicios como profesional externo. Seguro que no le faltará trabajo y clientes.

La segunda premisa es determinar necesidades de mercado. Saber lo que el mercado va a demandar en los próximos años y prepararse para satisfacerlo. Se puede pensar que el conocer cuáles serán esas necesidades que va a necesitar el mercado se aproxima a una labor de adivinación. Nada de eso. Más bien se trata de un trabajo técnico donde la persona debe realizar una labor que le resultará muy beneficiosa a lo largo de su trayectoria profesional. Se trata de identificar las fuentes de prospectiva. Es decir, aquellos canales de información específica, técnica, científica... (Seminarios de profesionales reputados, congresos científicos, publicaciones técnicas especializadas...) que comunican los últimos avances o las últimas tendencias que se están imponiendo o lo van a hacer próximamente. De esa forma, la persona se nutre de información que la dota del mencionado conocimiento estratégico, está preparado para dar servicio cualificado y adquiere valor de mercado. (Pérez Quintanilla, 2014, págs. 88-89)

3.4 Marketing en el emprendimiento.

De manera consuetudinaria se ha determinado que todos pueden ser emprendedores, a través de la creación de empresas o nuevos negocios, para muchos solo es trabajar duro y sacar a flote el negocio, para quienes de verdad conocen la estructura de esta práctica laboral, entienden que la palabra emprendimiento en su total percepción, va mucho más allá, y si hay algo que saca a flote de manera funcional al emprendimiento son las estrategias del Marketing.

El marketing no es sinónimo de comercialización o venta, sino que, precisamente, es la función que ayuda a identificar las verdaderas necesidades, expectativas y deseos del mercado, desarrollando los productos para satisfacerlos, validar las ofertas, colaborando a fijar los precios correspondientes, ofreciéndolos en los lugares adecuados y con buenas estrategias de comunicación y postventa. El marketing orienta todo el proceso mediante el cual las ideas se

transforman en productos aceptados por el mercado. (Schnarch Kirberg, 2019, pág. 14)

Bajo este esquema planteamos que la idea innovadora de un nuevo negocio, no es sinónimo de funcionalidad, es decir, si se cuenta con la idea empresarial se deben conocer y considerar a los consumidores y la manera en cómo compran, además de ellos el comportamiento que tienen post compra y de qué manera el producto en cuestión es beneficioso o no para el comprador, por otra parte está la distribución y el sistema logístico, y a través de ello nace la comunicación, que se genera por las estrategias de marketing.

3.4.1 Marketing digital y su aporte al emprendimiento efectivo.

Las estrategias del marketing a nivel general se derivan de muchas formas, sin embargo, el más común es el marketing digital, debido al incremento social que se ha generado a través de las redes sociales, páginas web, tiendas en línea, Etc. El enfoque positivo de las estrategias de marketing ayuda al comprador a tener gusto por lo que se oferta, en este caso es importante mantener a los clientes para futuras ventas.

Por otra parte, las nuevas tecnologías, las redes sociales y el marketing digital en general están revolucionando la forma de llegar a los clientes. El cliente de hoy tiene unos hábitos diferentes al de hace unos años: está hiperinformado, hiperconectado, ama las empresas honestas y éticas, no compra sin antes comparar, confía en las experiencias de otros consumidores y es infiel a las marcas. Por eso, ahora más que nunca, es necesario reorientar las prácticas de marketing para ganar el apoyo y confianza del cliente. Si conseguimos superar sus expectativas no solo nos comprará, sino que nos recomendará. Para ello es necesario ofrecer experiencias transparentes y coherentes, y cubrir cada aspecto del producto que este demande: que sean más humanos, mayor compromiso, ofertas mejores y más personalizadas. (Schnarch Kirberg, 2019, pág. 15)

Resumiendo lo anteriormente expresado, el marketing digital proporciona algunas ventajas significativas para el desarrollo funcional del emprendimiento, y las mismas benefician a ambos participantes, es decir, tanto para el cliente como para la empresa emprendedora.

Como lo establece (Schnarch Kirberg, 2016) estas ventajas son:

Ventajas para los clientes

- **Permite el acceso a más información:** la naturaleza interactiva de la web y su entorno permiten búsquedas profundas no lineales que son iniciadas y controladas por los clientes, por tanto, las actividades de marketing mediante la web están más impulsadas por los clientes que aquellas proporcionadas por los medios tradicionales.
- **Facilita la investigación y comparación de mercados:** la capacidad de la web para acumular, analizar y controlar grandes cantidades de datos especializados permite la compra por comparación y acelera el proceso de encontrar los artículos.
- **Abarata los costos y precios:** conforme aumenta la capacidad de los proveedores para competir en un mercado electrónico abierto, se produce una baja en los costos y precios, de hecho, tal incremento en la competencia mejora la calidad y la variedad de los productos y servicios.

Ventajas para las empresas

- **Mejoras en la distribución:** la web ofrece a ciertos tipos de proveedores (industria del libro, servicios de información, productos digitales) la posibilidad de participar en un mercado interactivo, en el que los costos de distribución o ventas tienden a cero. Por poner un ejemplo, los productos digitales (software) pueden entregarse de inmediato, dando fin de manera progresiva a la intermediación. También compradores y vendedores se contactan entre sí de manera directa, eliminando así las restricciones que se presentan en tales interacciones. De alguna forma, esta situación puede llegar a reducir los canales de comercialización, permitiendo que la distribución sea eficiente al reducir el sobre costo derivado de la uniformidad, la automatización y la integración a gran

escala de sus procesos de administración. De igual forma, se puede disminuir el tiempo que se tarda en realizar las transacciones comerciales incrementando la eficiencia de las empresas.

- **Comunicaciones de marketing:** actualmente, la mayoría de las empresas utiliza la web para informar a los clientes sobre la compañía, aparte de sus productos o servicios, tanto mediante comunicaciones internas como con otras empresas y clientes. Sin embargo, la naturaleza interactiva de la web ofrece otro tipo de beneficios conducentes a desarrollar las relaciones con los clientes. Este potencial para la interacción facilita las relaciones de marketing, así como el soporte al cliente, hasta un punto que nunca hubiera sido posible con los medios tradicionales.
- **Beneficios operacionales:** el uso empresarial de la web reduce errores, tiempo y sobrecostos en el tratamiento de la información. Los proveedores disminuyen sus costos al acceder de manera interactiva a las bases de datos de oportunidades de ofertas, enviar estas por el mismo medio y, por último, revisar de igual forma las concesiones; además, se facilita la creación de mercados y segmentos nuevos, el incremento en la generación de ventajas en las ventas, la mayor facilidad para entrar en mercados nuevos, especialmente en los geográficamente remotos, y alcanzarlos con mayor rapidez. (Schnarch Kirberg, 2016, págs. 173-174)

Emprendimientos en el Cantón Chone.

Si bien es cierto gran parte de la economía que sostienen las bases comerciales del Cantón Chone se deben a su área rural, es decir aquellas actividades que están ligadas a la ganadería, agricultura, pesca, etc. Los emprendimientos a la interna de la ciudad, han generado un impacto positivo en la creación de nuevas fuentes de empleo para aquellas personas cuya sustentabilidad económica no era de las mejores.

La creación de emprendimientos en el Cantón Chone ha generado un avance comercial elevado, a pesar de ser una actividad de la cual su margen de error en cuanto a la producción se refiere, no siempre es positiva, para aquellos quienes

se han vinculado al mundo emprendedor han salido a flote, recibiendo compras de sus productos a gran escala, no solo a nivel local, sino también a nivel nacional, pequeños negocios de compra y venta de calzado, ropa, cervecería artesanal, manufactura, elaboración textil de productos de primera necesidad, actividades arquitectónicas, son un sinnúmero de los miles de emprendimientos que le dan sustentabilidad a las familias del Cantón Chone.

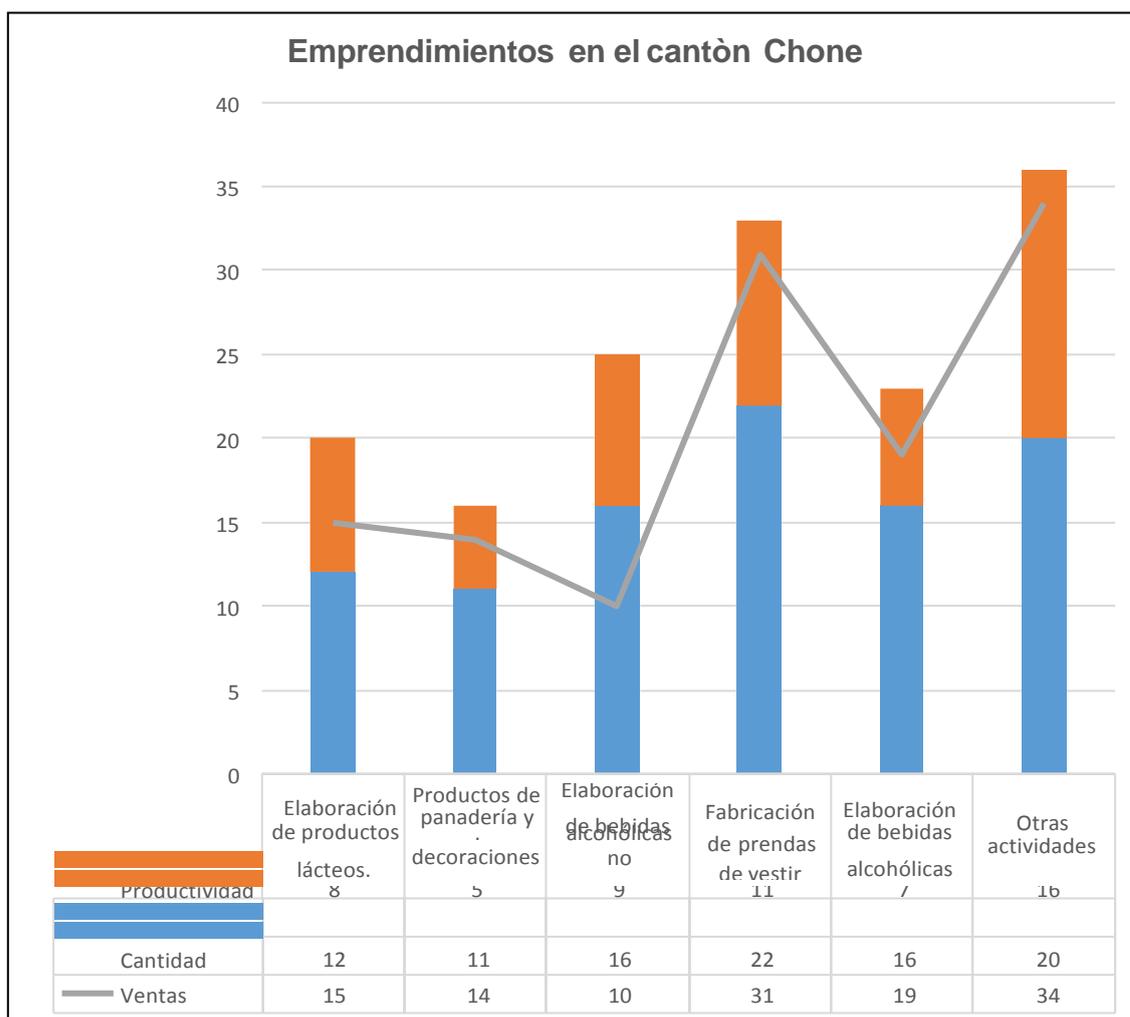
Tipos de Emprendimientos en el Cantón Chone.

<p>Elaboración de productos lácteos.</p>	<p>Una de las actividades que generan mayor cantidad de tasas de empleo en el cantón Chone, son aquellas que están vinculadas a la producción, y distribución de productos lácteos y sus derivados, ya que, al existir un gran porcentaje de actividad ganadera en el cantón, la productividad láctea es inmensa, hay un aproximado de 12 negocios emprendedores que se vinculan a esta rama de empleo, sin embargo la Pasteurizadora Manabí S.A PASTEMASA, es la de mayor renombre y es aquella que más empleo genera.</p>
<p>Elaboración de productos de panadería y decoraciones.</p>	<p>Dentro de las actividades comerciales que involucran a los emprendedores en el cantón Chone y que generan mucha actividad económica gracias a su elaboración es la panadería, pastelería y decoraciones de estos productos, el mercado de la panadería es muy amplio en todas sus ramas, sin embargo, los emprendedores han vinculado la iniciativa diferencial de la elaboración de este</p>

	<p>producto de manera distinta a la forma casual y común de realizar y vender.</p>
<p>Elaboración de bebidas no alcohólicas, producción de aguas minerales y embotelladas.</p>	<p>La fabricación de bebidas no alcohólicas a nivel nacional es manejada por grandes industrias que lideran el mercado a nivel mundial, como énfasis tenemos a Coca Cola, sin embargo, a pesar de que la competencia es gigantesca, la iniciativa de los habitantes de Chone para emprender en este rubro ha generado mucha demanda en ventas, hay quienes elaboran el producto de manera natural, ofreciendo bebidas que nacen de la productividad frutal que se genera en el mismo cantón, mientras que hay quienes se convierten en distribuidores internos de aguas embotelladas como modo de producción para así hacer crecer su marca microempresarial y darle un valor agregado a modelo de venta de este negocio.</p>
<p>Fabricación de prendas de vestir.</p>	<p>A nivel nacional, uno de los emprendimientos que más ha generado productividad económica y comercial, es la fabricación y distribución de prendas de vestir, dentro de este rubro se encuentran elaboración de ropa deportiva, ropa para eventos sociales, gala. Etc. Chone no es la excepción, ya que cuenta con 22 emprendimientos.</p>

	<p>ligados a la venta de forma física y en línea de estos productos.</p>
<p>Elaboración de bebidas alcohólicas de manera artesanal.</p>	<p>De igual manera que las bebidas de carácter no alcohólicas, aquellas que tienen un grado de alcohol en su producción, también tienen un alto índice de competencia al momento de ser distribuida en ventas, sin embargo, en los últimos años la tendencia de realizar bebidas artesanales a base de cebada como lo es la cerveza, ha creado un gran impulso en las mentes emprendedoras del cantón Chone, es por ello que la ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN ARTESANAL LA CHONERITA "ASOPRONALTA es una de las principales cartas de venta de la cerveza artesanal en el cantón Chone, y cuenta con más de 6 años de experiencia en el mercado Cervecerero.</p>

Fuente: Elaborado por autoras de la tesis.



Fuente: Elaborado por autoras de la tesis.

Interpretación: La presente grafica muestra datos estadísticos sobre los tipos de emprendimientos más comunes que existen en el cantón Chone, los mismos que fueron cuantificados en base a la cantidad de negocios de igual similitud, a la productividad que realizan mensualmente y sobre el margen de ventas que existe, así se determina si el margen de venta es mayor por la cantidad de emprendimientos parecidos o por la productividad generada.

3.5 Desarrollo sostenible

La inclusión del término desarrollo sostenible empezó a tener punto de partida en la conferencia de Estocolmo, 1972, emitida por la Organización de las Naciones Unidas, (ONU) la misma que se estableció bajo las problemáticas medio ambientales que existían a nivel mundial. Esto debido a que el crecimiento industrial genera productividad económica, pero a su vez esta productividad

arraiga daños severos al medio ambiente por mala gestión y eliminación de residuos, entre otros.

Dicho esto, conceptualizar al desarrollo sostenible actualmente puede ser muy inequívoco, puesto que su conceptualización con el pasar del tiempo viene siendo muy cambiante, hay quienes lo asemejan al incremento de los crecimientos y de los desequilibrios, mientras que otros lo asocian a la existencia de límites y los impactos medioambientales.

Un desarrollo sostenible en el tiempo sería aquel en el cual los capitales totales per cápita se mantuvieran constantes o, por qué no, aumentarán. Mantener constantes los capitales per cápita significa aumentarlos, porque la población aumenta. Aumentan bajo la base de la intercambialidad temporal. De esta definición lo más importante es el concepto de intercambialidad de capitales. (Xercavins, Cayuela , & Cervantes , 2015, pág. 82)

3.6 Economía ambiental y su aporte al desarrollo sostenible

Cualquier tipo de productividad que genere economía tiende a generar afectaciones al medio ambiente, es decir, que, a través de su productividad, se emanan olores que afectan al aire, residuos líquidos y sólidos que afectan a la tierra, el agua y al ecosistema en general.

Es de crucial importancia para la comprensión del enfoque de la Economía Ambiental el reconocimiento de que el sistema económico, que proporciona los bienes materiales y servicios necesarios para nuestro moderno nivel de vida, está asentado y no puede sobrevivir sin el soporte de los sistemas ecológicos (biosfera). Con esta premisa, la Economía Ambiental trata de representar la economía real en la cual vivimos y trabajamos como un sistema abierto. Esto implica que, para que este sistema funcione, debe extraer recursos (materias primas y energía) del medio ambiente, procesar estos recursos (transformándolos en productos finales para el consumo) y emitir grandes cantidades de residuos (gases, líquidos y sólidos) de nuevo al medio ambiente.

En este sentido, la perspectiva del equilibrio de materiales es el fundamento del análisis económico. Cuantos más recursos se extraen del medio ambiente, inexorablemente más residuos retornan a él, llegando a presionar hasta el límite e incluso a superar la capacidad limitada del medio de asimilar estos residuos. (Labandeira, León, & Vázquez, 2019, pág. 32)

A través de la idea planteada anteriormente, es importante recalcar que el aporte significativo que brinda la economía ambiental para el desarrollo sostenible se basa netamente en las formas de cuidado que realizan las empresas, industrias, emprendimientos, con la finalidad de respaldar al ambiente utilizando tecnologías amigables con el ecosistema y así, a través de ello proporcionar ideas innovadoras cuyo impacto no sea perjudicial.

3.7 La Agenda del 2030 y los Objetivos del Desarrollo Sostenible

La Asamblea General de las (Naciones Unidas) aprobó en el año 2015, la Agenda del 2030 para el Desarrollo Sostenible la misma que establece una visión hacia la productividad económica, social y ambiental.

El lento crecimiento económico mundial, las desigualdades sociales y la degradación ambiental que son característicos de nuestra realidad actual presentan desafíos sin precedentes para la comunidad internacional. En efecto, estamos frente a un cambio de época: la opción de continuar con los mismos patrones de producción, energía y consumo ya no es viable, lo que hace necesario transformar el paradigma de desarrollo dominante en uno que nos lleve por la vía del desarrollo sostenible, inclusivo y con visión de largo plazo. Este cambio de época es necesario en el caso de América Latina y el Caribe, que no es la región más pobre del mundo, pero sí la más desigual. Si bien la desigualdad existe en todo el mundo, constituye una especial limitación para alcanzar el potencial de la región. Las brechas que se enfrentan son estructurales: escasa productividad y una infraestructura deficiente, segregación y rezagos en la calidad de los servicios de educación y salud, persistentes brechas de género y

desigualdades territoriales y con respecto a las minorías, y un impacto desproporcionado del cambio climático en los eslabones más pobres de la sociedad. (Naciones Unidas, 2018, pág. 9)

Son 17 los objetivos planteados por la Asamblea de las Naciones Unidas, sin embargo, el presente proyecto de investigación se fundamenta en el número 8, el cual determina Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Dentro de este objetivo las (Naciones Unidas, 2018) plantea “Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros”.

La continua falta de oportunidades de trabajo decente, la insuficiente inversión y el bajo consumo producen una erosión del contrato social básico subyacente en las sociedades democráticas: el derecho de todos a compartir el progreso. La creación de empleos de calidad seguirá constituyendo un gran desafío para casi todas las economías más allá de 2015. Para conseguir el desarrollo económico sostenible, las sociedades deberán crear las condiciones necesarias para que las personas accedan a empleos de calidad, estimulando la economía sin dañar el medio ambiente. También tendrá que haber oportunidades laborales para toda la población en edad de trabajar, con condiciones de trabajo decentes. (Naciones Unidas, 2018, pág. 41)

Desarrollo sostenible del Cantón Chone.

Implementar bases para que se cumpla el desarrollo sostenible en el Cantón Chone a través de la productividad y actividad económica que brindan los emprendimientos en este Cantón, no solo depende de los emprendedores principalmente, sino, que las entidades gubernamentales locales y nacionales del país deben inmiscuirse en este plano para abarcar lo pactado por la agenda del 2030 y cumplir a cabalidad los objetivos del desarrollo sostenible.

Dentro del área comercial, social, y ambiental, como parte de los objetivos planteados dentro de la agenda del 2030, Chone cumple a cabalidad estas fases, pues su productividad comercial con productos naturales que nacen de área rural, enfatizan un vínculo no solo natural, sino, también social, esta conexión que existe entre el campo y la ciudad a través de la compra y venta de productos respalda la armonía social que plantean los objetivos del desarrollo sostenible, además que se prioriza la protección del medio ambiente, ya que la elaboración y producción de estos productos, ya sea en el área rural o urbana, se realizan de forma manual, evitando contaminar el ambiente con maquinaria cuya afección puede ser grave para la naturaleza.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados.

La presente encuesta tiene como finalidad determinar si la innovación a través de los emprendimientos genera un plus en el desarrollo sostenible del cantón Chone, por lo tanto, se encuestaron a emprendedores que ejercen su labor diaria en el área comercial del cantón.

Se continuo al análisis de la misma mediante la tabulación de la encuesta, donde se pudo establecer los porcentajes estadísticos, a través de ellos obtendremos una mejor apreciación de los emprendimientos y como esta influye en el bienestar común y su aporte al desarrollo sostenible.

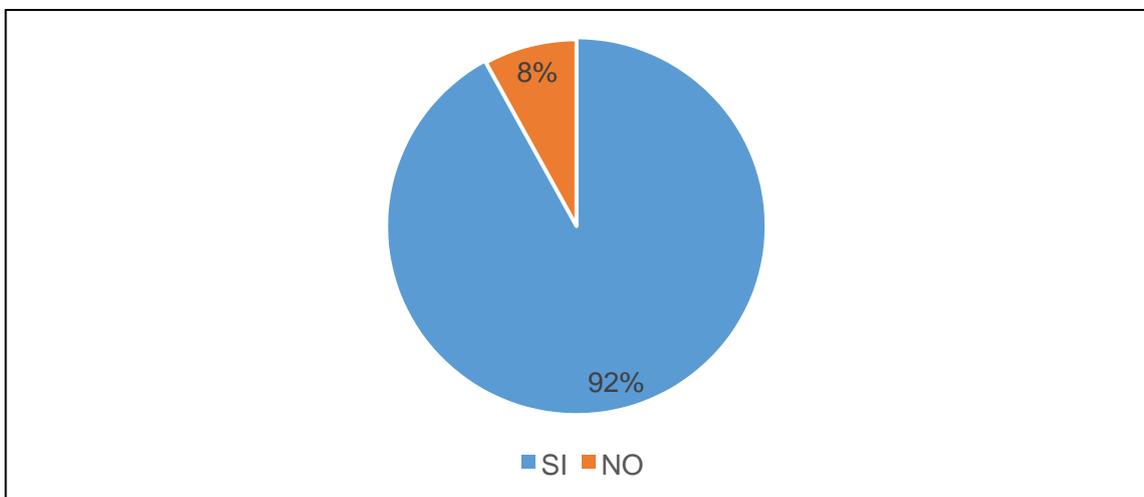
4.2 interpretación de resultados.

La encuesta fue realizada a 136 emprendedores del cantón Chone, los mismos que cuentan con una idea innovadora para ofrecer productos a través de la oferta y demanda, por lo tanto, se obtuvo la siguiente información:

4.2.1 Encuesta:

- 1) *¿Considera Ud. que el aumento de los emprendimientos en los últimos años, ha mejorado el desarrollo económico del cantón Chone?*

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	125	92%
No	11	8%
Resultados	136	100%



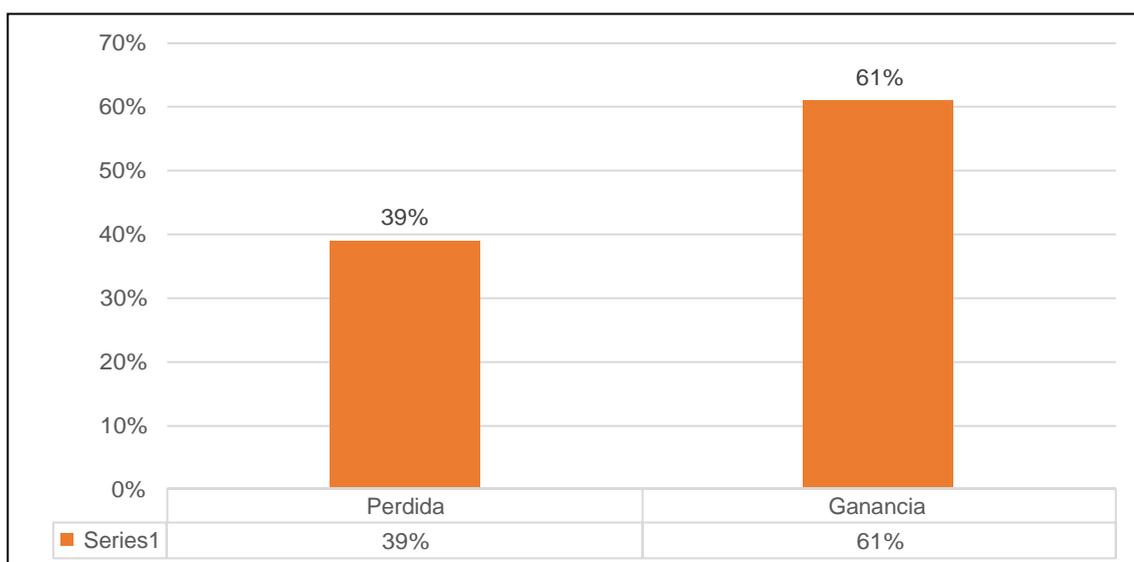
Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Chone, Muñoz & Zambrano, (2022).

Interpretación:

De las 136 personas encuestadas, el 92% determinó que efectivamente el desarrollo económico del Cantón Chone ha mejorado debido al crecimiento de los emprendimientos en los últimos años, mientras que el 8% restante, sostuvo que el crecimiento económico del país, no se debe a los emprendimientos. Con base a esto interpretamos que existe un gran número de emprendedores que se toman el privilegio de manifestar que si ha existido desarrollo en la economía del país, se debe a las innovadoras ideas de implementar negocios a través del emprendimiento.

2) ¿En su calidad de emprendedor, sus ingresos económicos han generado más pérdida o ganancia?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Pérdida	53	39%
Ganancia	83	61%
Total, de encuestados	136	100%
Total, de respuesta	136	



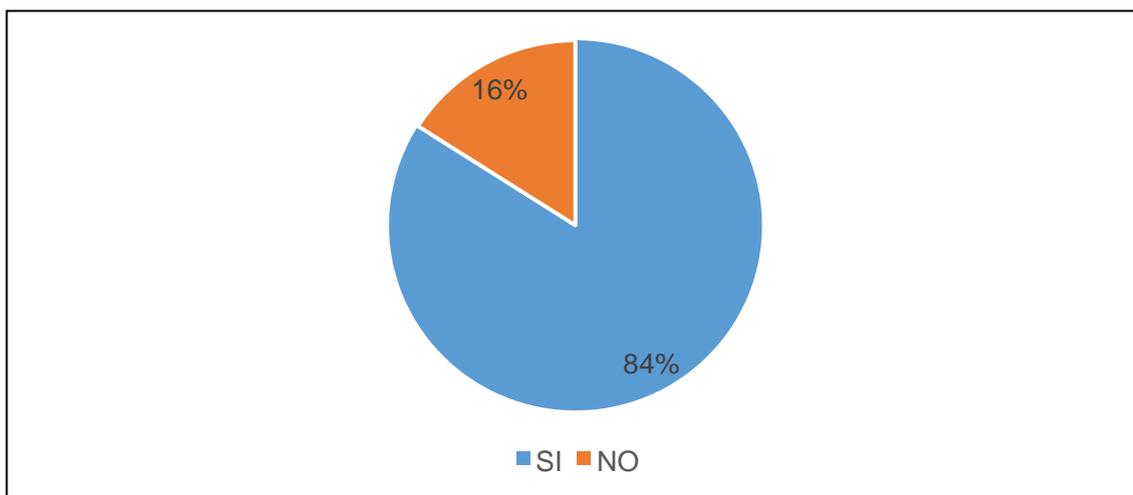
Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Chone, Muñoz & Zambrano, (2022).

Interpretación:

De las 136 personas encuestadas, el 60% estableció que mediante la venta de sus productos ofertados en su emprendimiento le ha generado más ganancias que pérdidas, mientras que el 40% restante ha decaído económicamente en su faceta de emprendedor. Por lo tanto, se interpreta que ejercer una labor de emprendedor genera ganancias siempre y cuando se ejecuten estos proyectos de manera correcta y estudiando el mercado al cual se están enfrentando, caso contrario, si existe mala planificación y poco conocimiento de lo que se oferta, hay un gran porcentaje de probabilidad de que resulten en pérdidas.

3) ¿Cree Ud. que el desarrollo sostenible se genera a través del aumento de los emprendimientos?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	114	84%
No	22	16%
Resultados	136	100%



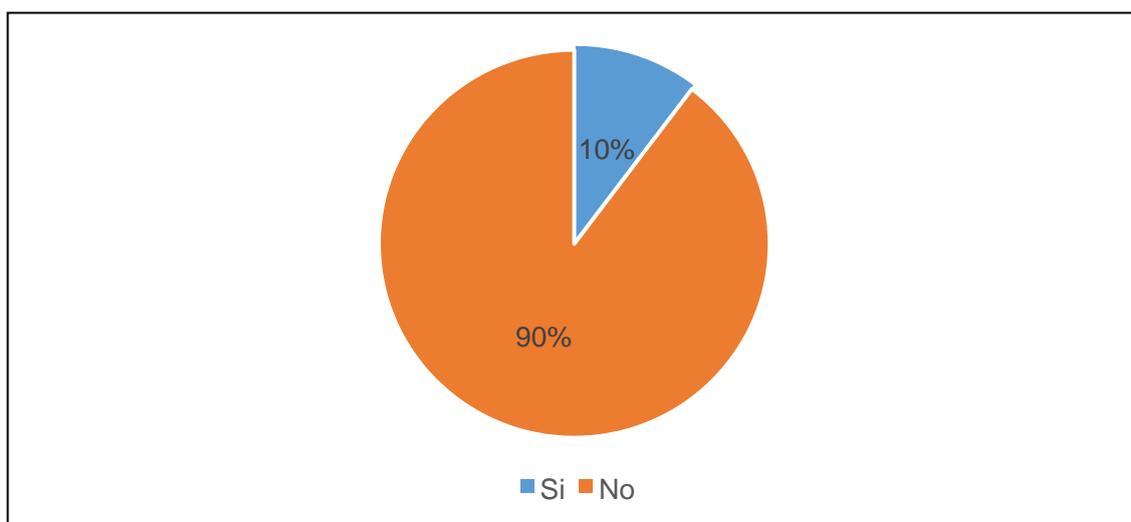
Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Chone, Muñoz & Zambrano, (2022).

Interpretación:

De las 136 personas encuestadas, se determina que el 84% está a favor de que el desarrollo sostenible se genera a través del crecimiento emprendedor, mientras que el 16% restante no está a favor del enunciado. Por lo tanto, se interpreta que entre más personas proporcionen fuentes de empleo a través de los emprendimientos, y siguiendo a cabalidad las formas de producción de sus objetos a ofertar, se puede llegar al desarrollo sostenible como lo determina la ONU.

4) ¿Como emprendedor, Ud. ¿Ha obtenido ayuda de alguna entidad gubernamental?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	14	10%
No	122	90%
Resultados	136	100%



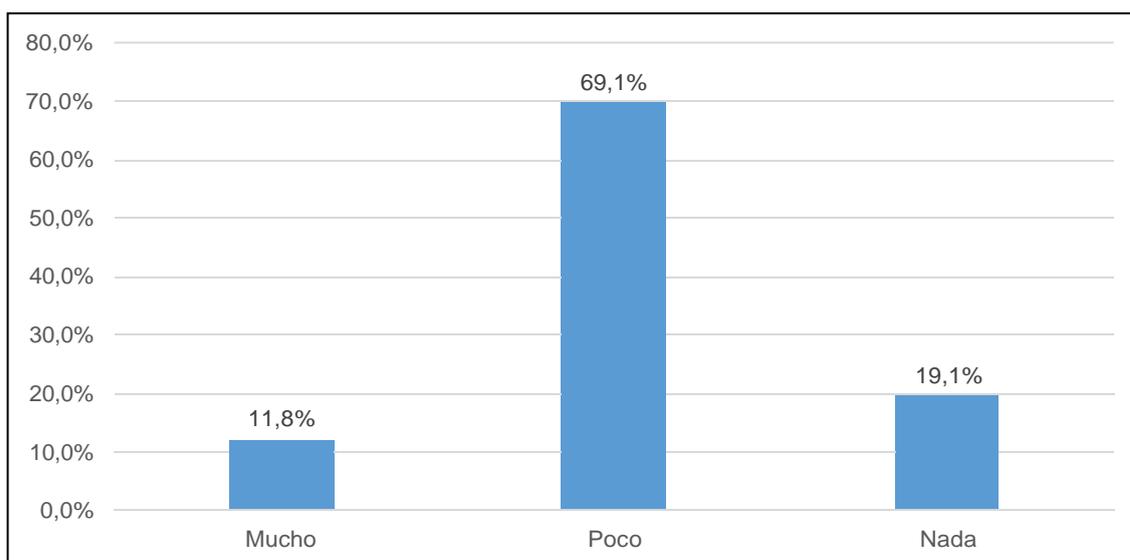
Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Chone, Muñoz & Zambrano, (2022).

Interpretación:

De las 136 personas encuestadas, solo el 10% comentó que ha recibido ayuda de entidades gubernamentales para con su emprendimiento, mientras que la mayoría de personas encuestadas, es decir, el 90% restante confirmó que no ha recibido ningún tipo de ayuda para hacer crecer o fomentar su emprendimiento, debido a esto se interpreta que si el gobierno ya sea desde el área municipal o nacional realizara campañas o ayude de manera indirecta o directa al crecimiento de los emprendedores, las fuentes de empleo crecerían en su mayoría.

5) ¿Conoce Ud. sobre el marketing?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Mucho	16	11,8%
Poco	94	69,1%
Nada	26	19,1%
Total, de encuestados	136	100%
Total, de respuesta	136	



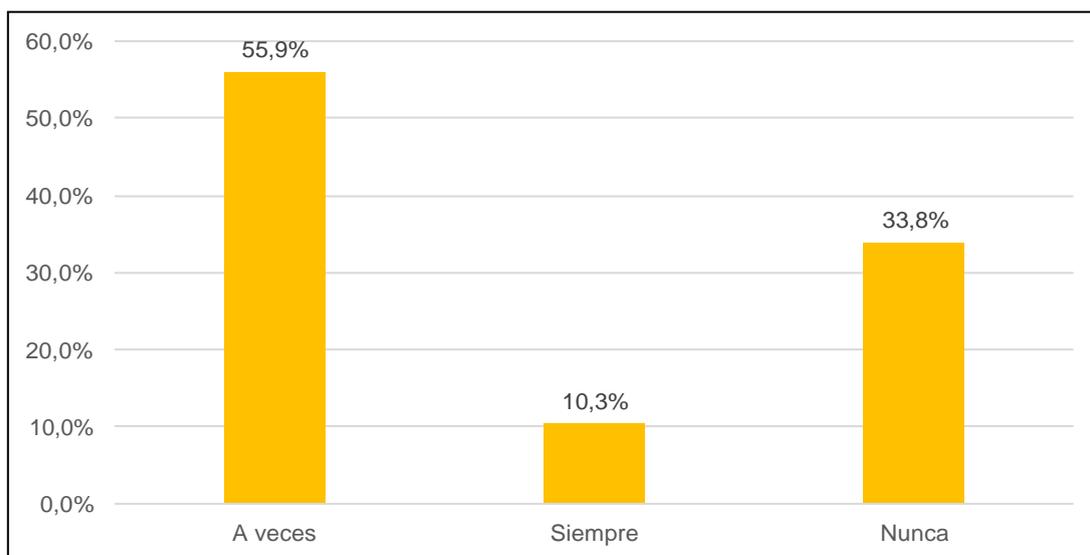
Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Chone, Muñoz & Zambrano, (2022).

Interpretación:

De las 136 persona encuestadas, el 11.8% sostuvo que tiene mucho conocimiento acerca del marketing y que lo utiliza para ofertar sus productos, por otra parte, un 19.1% estableció que no conoce nada del marketing, por ende, no lo aplica en su emprendimiento, mientras que un gran porcentaje equivalente al 69.1% determinó que conoce poco sobre el marketing, debido a esto se interpreta que una gran cantidad de las personas encuestadas carecen de información exacta sobre lo importante que es el marketing como medio de comunicación para ofertar lo que venden en sus emprendimientos.

6) ¿Considera Ud. que el marketing es una estrategia que ayuda a mejorar las ventas de su emprendimiento?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
A veces	76	55,9%
Siempre	14	10,3%
Nunca	46	33,8%
Total, de encuestados	136	100%
Total, de respuesta	136	



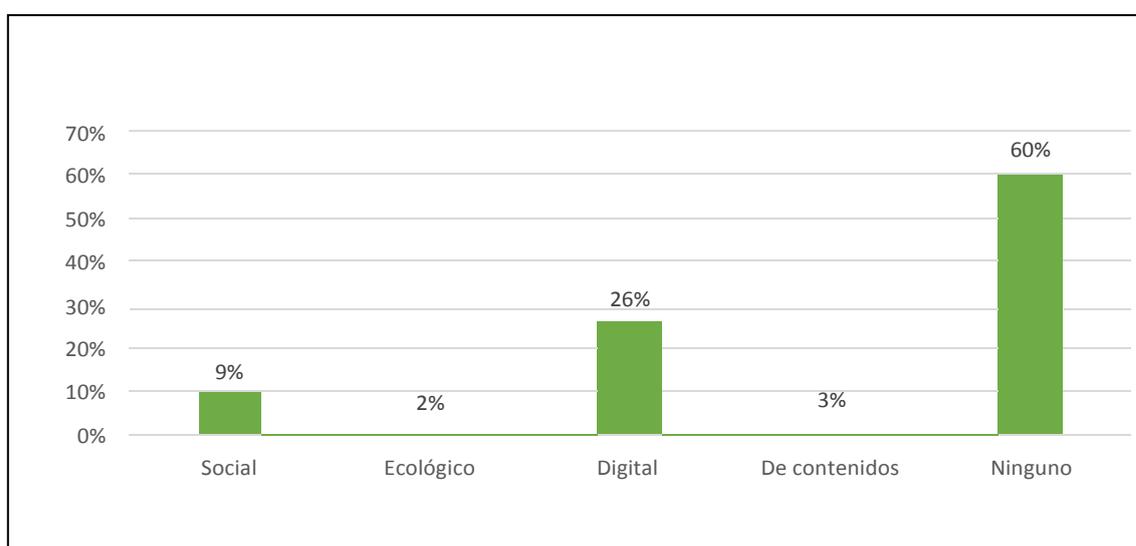
Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Chone, Muñoz & Zambrano, (2022).

Interpretación:

De las 136 personas encuestadas, el 55.9% determinó que a veces el marketing tiende a ser una estrategia que ayude a mejorar las ventas de su emprendimiento, por otra parte, un poco grupo de personas equivalente al 10.3% determinaron que el uso del marketing siempre ayuda a mejorar las ventas de un negocio, y el 33.8% restante se mantuvo en una rotunda negativa, aludiendo que el marketing no ayuda en nada para mejorar las ventas. Con base a esto, fundamentamos la pregunta anterior debido a que el desconocimiento del marketing como estrategia de promoción, hacen que las personas lo usen y emitan juicios de valor negativos.

7) ¿Qué tipo de marketing ha usado para el desarrollo de su emprendimiento?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Social	12	9%
Ecológico	3	2%
Digital	35	26%
De contenidos	4	3%
Ninguno	82	60%
Total, de encuestados	136	100%
Total, de respuesta	136	100%



Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores del Cantón Chone, Muñoz & Zambrano, (2022).

Interpretación:

De las 136 personas encuestadas, el 60% respondieron que el marketing es de poco conocimiento para ellos, por lo tanto, dan una negativa a su uso, por otro lado fueron pocas las personas que conocen y han utilizado el marketing como modo de promoción y comunicación para ofertar sus productos, de ese poco porcentaje de personas, el más usado es el digital abordando un 26%, debido al alta creciente de las redes sociales en los últimos años, el 9% han hecho uso del marketing social, por ultimo existe una cantidad mínima que ha utilizado marketing ecológico, la cual equivale al 2% y el 3% han usado marketing de contenidos.

4.2.2 Entrevista:

La presente entrevista tiene como finalidad conocer internamente la experiencia laboral como emprendedor(a) y que perspectiva se tiene acerca del desarrollo sostenible vinculado al mundo emprendedor

ENTREVISTA REALIZADA A: MARIELA VERA DUEÑO(A) DEL EMPRESARIATO “ROMPOPE AMORFINO”.

- 1) *Dentro de su calidad como emprendedor(a), ¿considera que su aporte al desarrollo económico del cantón Chone es sustancial?***

Respuesta:

Si tengo que hacer una evaluación personal, considero que sí, por el simple hecho de que mi emprendimiento a pesar de ser mediano en infraestructura , desde ese punto ya tenemos un aporte al crecimiento, si bien es cierto no se cuantifica a gran escala, cada grano de arena o aporte que se brinde al desarrollo laboral y comercial del país es bien visto, además, hay que tener en cuenta que existe competencia laboral, por lo tanto intuyo hay un sinnúmero de microempresas destinadas al emprendimiento donde ofertan sus productos a pequeña y mediana escala, por lo que aumenta el auge comercial en el cantón.

- 2) *El gobierno ecuatoriano por lo general tiende a realizar campañas socioeconómicas que ayudan a fomentar el desarrollo empresarial del país, como emprendedor(a) ¿considera Ud. ¿Que el apoyo hacia los emprendedores tiene que ser más significativo?***

Respuesta:

Evidentemente todo apoyo gubernamental hacia los negocios nuevos y mas aun a los que se involucran en los emprendimientos deben ser apoyados, claro, no desde un punto de vista económico, ya que existen muchas maneras en que la municipalidad puede aportar al crecimiento laboral innovador, por lo general, realizar campañas de información para aquellos que desconocemos de esta práctica, o promover un espacio donde se reúnan cada cierto tiempo micro tiendas de negocios para ofrecer a la comunidad sus productos.

3) *¿Cuál sería su criterio personal dentro de su experiencia como emprendedor(a), para que las personas se involucren a este modo de producción, ¿llamado emprendimiento?*

Respuesta:

Si tengo que brindar un consejo, sería estudiar el mercado al que se están involucrando, por ejemplo, si lo que pretendes ofertar como producto es un bien básico y común, hay que tener en cuenta a la competencia, y así muchos otros factores, otro plus para emprender es que se tiene que tener cierto conocimiento de economía, administración y saber usar bien cada herramienta con el fin de salir a flote, si bien es cierto no siempre hay ganancias en los primeros meses como uno pretende, la constancia y el deseo de seguir laburando hará que rinda frutos lo que en su principio inicio como una idea.

4) *Entendemos al desarrollo sostenible como progreso, esto ligado a un conjunto de principios y valores humanos que van desde lo socioeconómico a lo ambiental, con vista a ello, ¿Considera Ud. ¿Que la comunidad emprendedora sigue estos principios?*

Respuesta:

No tenía mucho conocimiento acerca del desarrollo sostenible hasta que me lo mencionó, sin embargo, por lo escuchado me nace una pequeña noción, como pequeña empresa nosotros somos regulados por el ministerio de producción, que va de la mano con el Registro Nacional de Emprendimiento, sabemos que debemos cumplir ciertos parámetros para que nuestro emprendimiento funciones a cabalidad, dentro de estos parámetros esta el ser amigable con el medio ambiente, por lo tanto nuestra producción debe estar sometida a ciertos estándares de no contaminación, de evitar residuos plásticos y demás, de ahí a que la gran magnitud de emprendedores apliquen correctamente estos principios ,no podría decirlo porque es una cuestión personal , sin embargo dentro de mi perspectiva personal, nosotros como negocio lo hacemos y cumplimos a cabalidad.

CAPITULO V

PROPUESTA

Titulo.

“Acciones para fortalecer las bases de un emprendimiento a través del capital semilla”

Objetivo.

Facilitar el acceso a financiamientos de los pequeños emprendimientos del Cantón Chone que se vinculan al sistema comercial con la finalidad de mejorar su productividad y desarrollo.

Desarrollo.

A lo largo de la presente investigación se determinó que las causas principales por las cuales un emprendimiento no tiene sustento ni bases para sostenerse en el mundo comercial, se deben a dos factores principales, el primero recae en la falta de conocimiento sobre el mercado que se oferta, y el segundo se debe a la falta de capital como modo de inversión para sacar a flote el emprendimiento.

Tomando como ejemplo esta ultima problemática, llegamos a conocer lo que es el capital semilla, que, observado desde una perspectiva general, es el financiamiento que se otorga o se requiere para impulsar de manera productiva el desarrollo de un emprendimiento o pequeño negocio.

En relación a la idea anterior según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), somos el país de la región Latinoamericana con la tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), más alta del mundo, con el 36,7%, sin embargo, también somos la nación donde los negocios cierran prematuramente por falta de rentabilidad y financiamiento. Bajo este conjunto de ideas, se ejemplifica que una de las principales opciones para obtener financiamiento se centra en la mas tradicional, que es la obtención de prestamos a través de una entidad bancaria, ya que son las más utilizadas por los emprendedores o por aquellos que pertenecen al grupo MIPYMES.

Alternativas a considerar para facilitar el acceso financiamientos.

Préstamos de corto y largo plazo en instituciones financieras públicas o privadas.

Conocemos que en Ecuador existen varias opciones de acceso a créditos, ya sean estas entidades públicas o privadas. Los préstamos varían mínimo entre \$500 y \$2.000 y máximo desde \$ 50.000 y 25 millones focalizados para emprendedores, micro empresarios, y empresarios.

Por su parte el Cantón Chone cuenta con varias instituciones bancarias por medio de las cuales, los emprendedores pueden acceder a los créditos, tomando en cuenta sus necesidades y requerimientos en cuanto a su modelo de negocio.

Si bien es cierto, las entidades bancarias mantienen condiciones establecidas para el otorgamiento de créditos, así como las tasas de interés y los tipos de intereses a los que los emprendedores pueden aplicar teniendo en cuenta sus necesidades.

Requisitos obligatorios para adquirir un préstamo bancario.

- Contar con cuenta bancaria, y documentos de identificación (cédula, papeleta de votación).
- Tener a su disposición la justificación de ingresos y de estabilidad laboral o de negocio.
- Llenar el formulario, indicando el monto requerido, el plazo y destino del crédito.
- Generación de solicitud de autorización al banco para dar inicios al trámite respectivo.
- Copia de planilla de servicios básico (Luz).

Viabilidad.

Tras la creación de un emprendimiento, se entiende que su inversión genera un alto riesgo, es decir, entre pérdidas y ganancias existirá un balance, y que el margen se dirija al de ganancias, dependerá de la estructura y funcionalidad que se le otorgue al emprendimiento, por ende, una de las fuentes

viales para que sea productivo este “riesgo”, es contar con un análisis financiero que sirva como ejemplo para tomar decisiones que involucren un crecimiento exponencial del éxito. Debido a que cada emprendimiento tiene diferentes características, al evaluar la fuente de capital, se estudian los factores como las tasas de interés, los montos disponibles e inclusive hasta los plazos.

Resultado.

Cada emprendedor que adopte dentro de su conocimiento un sistema que ayude a mejorar su funcionamiento microempresarial a través de ideas innovadoras, harán que estos tengan mayor sustentabilidad, estadísticamente sabemos que la mayoría de emprendimientos en el país no tienen éxito, por su poca sustentabilidad económica, por ende, al existir un proyecto de financiación a través del capital semilla en el Cantón Chone, los emprendimientos contarán con una base sólida para mantener en altos prospectos su emprendimiento.

CONCLUSIONES

- Es importante recalcar que el Sector MIPYMES genera una representación amplia, de las composiciones microempresariales del país, es aquí donde se generan la mayoría de los emprendimientos, por ende, la construcción sólida de un negocio es el primer punto a evaluar y así se estudia no solo el mercado al que se enfrenta, si no cada una de las cosas básicas, pero necesarias que vincula el mundo comercial.
- La actividad comercial dentro del cantón Chone, se genera debido a la compra de productos por oferta y demanda, en teoría, la mayoría de negocios nacen de la zona rural, puesto que es aquí donde existe mayor población comercial, sin embargo, debido a la falta de empleo en el cantón el crecimiento exponencial de los emprendimientos a otorgado un sustento individual, inclusive hasta familiar, gracias a las innovaciones creadas por algunos habitantes.
- Dentro del estudio sistemático de los emprendimientos el llevar a cabo las funciones primordiales del emprendedor, genera que estos tengan productividad comercial, si bien es cierto que para poder emprender no se necesita experiencia general, saber conceptos básicos de comercialización y todo lo ligado a los negocios, otorgará un plus en la productividad generada, esto ayuda a mejorar el desarrollo del emprendimiento evitando que existan pérdidas.

RECOMENDACIONES

- Con la finalidad de ampliar el conocimiento sobre la creación y productividad de emprendimientos que generen un plus en la actividad comercial del cantón Chone, ligados a los principios del desarrollo sostenible, se recomienda que tomen capacitaciones sobre desarrollo de empleo y creación de microempresas, además de analizar las formas de obtención del capital semilla para que exista un sustento positivo en el proceso de emprender.
- Es recomendable realizar análisis financieros cada cierto tiempo, donde se pueda identificar los ingresos y egresos generados por los emprendimientos, así se puede cuantificar las opciones de ganancia-perdida y mantener un balance de productividad.
- Como forma de prevención para que los emprendimientos decaigan en sus inicios de creación, es recomendable que las municipalidades, e inclusive gobiernos autónomos provinciales, aporten con campañas informativas, para que el desarrollo y crecimiento de un emprendimiento sea sustentable y productivo, evitando que estos recaigan en pérdidas para sus creadores.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. (2014). *El método de la investigación Research Method. International Journal of Good Conscience.*
- Azqueta Díaz de Alda, A. (2017). *El concepto de emprendedor: origen, evolución e introducción. . Sevilla : Universidad de Sevilla.*
- Beltrán Ríos, J., & López Giraldo, J. (2018). *Evolución de la administración. Medellín: Universidad Católica Luis Amigó.*
- Carrillo , L. (2015). *Población y muestra.*
- Escudero, C. (2018). *Técnicas y Métodos Cualitativos para la Investigación Científica. Machala: UTMACH.*
- Formichella , M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. . Buenos Aires .*
- Gómez, C. (2018). *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una revisión crítica. Papeles de relaciones ecosociales y cambio global.*
- Grasso, L. (2006). *Encuestas. Elementos para su diseño y análisis. . Editorial Brujas.*
- Labandeira, X., León, C., & Vázquez, M. (2019). *Economía Ambiental.*
- Lázaro, E. (2014). *Vive tu sueño, emprende. Barcelona: Editorial UOC.*
- Macías , U. (2013). *Emprendimiento y empresarismo . Bogotá: Ediciones de la U.*
- Martínez Ruiz, H. (2012). *Metodología de la investigación. Cengage Learning.*
- Martínez Ruiz, H. (2012). *Metodología de la investigación. Cengage Learning.*
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación. México, Distrito Federal: Universidad Nacional Autónoma de México.*
- Moreno Castro, T. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio. Santiago de Chile: RIL editores.*
- Naciones Unidas. (2018). *La Agenda del 2030 y los Objetivos del Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. Santiago.*
- Peralta, M. (2019). *Emprender: un trabajo diferente. Buenos Aires: Pluma Digital Ediciones.*
- Pérez Quintanilla, M. (2014). *TicLaude, el reto de emprender. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.*
- Schnarch Kirberg, A. (2016). *El marketing como estrategia de emprendimiento. Ediciones de la U.*

Schnarch Kirberg, A. (2019). Marketing para emprender. Bogotá: Ediciones de la U.

Secretaría Nacional de Planificación. (2021). Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025. Quito.

Sparano Rada, H. (2017). Emprendimiento En América Latina Y Su Impacto En La Gestión De Proyectos. Revista Di-mensión Empresarial, 12(2), 95-106.

Toledo , N. (2016). Población y muestra.

Uribe Macías, M. (2013). Emprendimiento y empresarismo. Bogotá: Ediciones de la U.

Xercavins, J., Cayuela , D., & Cervantes , G. (2015). Desarrollo Sostenible. Universitat Politècnica de Catalunya.

ANEXOS

Anexo 1: Formato de encuesta



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

“EXTENSIÓN CHONE”.

ENCUESTA DIRIGIDA A EMPRENDEDORES DEL CANTÓN CHONE.

1) ¿CONSIDERA USTED QUE EL AUMENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, HA MEJORADO EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN CHONE?

SI () NO ()

2) ¿EN SU CALIDAD DE EMPRENDEDOR, SUS INGRESOS ECONÓMICOS HAN GENERADO MÁS PÉRDIDA O GANANCIA?

PÉRDIDA () GANANCIA ()

3) ¿CREE USTED QUE EL DESARROLLO SOSTENIBLE SE GENERA A TRAVÉS DEL AUMENTO EN LOS EMPRENDIMIENTOS?

SI () NO ()

4) ¿CÓMO EMPRENDEDOR, USTED HA OBTENIDO AYUDA DE ALGUNA ENTIDAD GUBERNAMENTAL?

SI () NO ()

5) ¿CONOCE USTED SOBRE EL MARKETING?

POCO () MUCHO () NADA ()

6) ¿CONSIDERA USTED QUE EL MARKETING ES UNA ESTRATEGIA QUE AYUDA A MEJORAR LAS VENTAS DE SU EMPRENDIMIENTO?

A VECES () SIEMPRE () NUNCA ()

7) ¿QUÉ TIPO DE MARKETING HA USADO PARA EL DESARROLLO DE SU EMPRENDIMIENTO?

MARKETIN SOCIAL ()

MARKETING ECOLÓGICO ()

MARKETING DIGITAL ()

MARKETING DE CONTENIDOS ()

Elaborado por: (Muñoz & Zambrano, 2022).

Anexo 2: Formato de entrevista.



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

“EXTENSIÓN CHONE”.

ENTREVISTA REALIZADA A: MARIELA VERA DUEÑA DEL EMPRENDIMIENTO

“ROMPOPE AMORFINO”.

- 1) **DENTRO DE SU CALIDAD COMO EMPRENDEDOR(A), ¿CONSIDERA QUE SU APOORTE AL DESARROLLO SOSTENIBLE ECONÓMICO DEL CANTÓN CHONE ES SUTENACIAL?**

- 2) **EL GOBIERNO ECUATORIANO POR LO GENERAL TIENDE A CAMPAÑAS SOCIOECONÓMICAS QUE AYUDAN A FOMENTAR EL DESARROLLO EMPRESARIAL DEL PAÍS; COMO EMPRENDEDOR(A) ¿CONSIDERA USTED QUE EL APOYO HACIA LOS EMPRENDEDORES TIENE QUE SER MÁS SIGNIFICATIVO?**

- 3) **¿CUÁL SERIA SU CRITERIO PERSONAL DENTRO DE SU EXPERIENCIA COMO EMPRENDEDOR(A), PARA QUE LAS PERSONAS SE INVOLUCREN A ESTE MODO DE PRODUCCIÓN LLAMADO EMPRENDIMIENTO?**

- 4) **ENTENDEMOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE COMO PROGRESO, ESTO LIGADO A UN CONJUNTO DE PRICIPIOS Y VALORES HUMANOS QUE VAN DESDE LO SOCIOECONÓMICO A LO AMBIENTAL, CON VISTA A ELLO, ¿CONSIDERA USTED QUE LA COMUNIDAD EMPRENDEDORA SIGUE ESTOS PRINCIPIOS?**

Elaborado por: (Muñoz & Zambrano, 2022).

Anexo 3: Fotografía de encuestas realizadas a emprendedores del Cantón Chone. Elaborado por: (Muñoz & Zambrano, 2022).



Anexo 4: Fotografía de entrevista realizada a emprendedora del cantón Chone.



Elaborado por: (Muñoz & Zambrano, 2022).



Elaborado por: (Muñoz & Zambrano, 2022).