

EMPRESARIADO, FACTORES QUE INFLUYEN EN SU CONSTITUCIÓN Y SOSTENIBILIDAD EN LA CIUDAD DE MACHALA

ENTREPRENEURSHIP, FACTORS THAT INFLUENCE ITS CONSTITUTION AND SUSTAINABILITY IN THE CITY OF MACHALA

Ana Gabriela Chisaguano Macancela¹

E-mail: achisaguano_est@utmachala.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8831-0251>

Patricia Alexandra Uriguen Aguirre¹

E-mail: puriguen@utmachala.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3095-8765>

Lady Andrea León Serrano¹

E-mail: llady@utmachala.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5472-140X>

¹ Universidad Técnica de Machala. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Chisaguano Macancela, A. G., Uriguen Aguirre, P. A., & León Serrano, L. A. (2021). Emprendimiento, factores que influyen en su constitución y sostenibilidad en la ciudad de Machala. *Revista Científica, Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 6(3), 66-72.

RESUMEN

En la actualidad el emprendimiento es considerado un factor de gran importancia para el crecimiento económico de los países debido a su rol en la disminución del desempleo, desigualdad y pobreza. El objetivo del artículo es determinar los factores que influyen en la constitución y sostenibilidad de los emprendimientos en la ciudad de Machala. Los métodos empleados en la investigación son el descriptivo, cualitativo y explicativo, desde donde se busca determinar aquellos factores que inciden en la constitución y sostenibilidad de los emprendimientos. Los resultados demuestran que existen varios factores asociados con la constitución y sostenibilidad de los emprendimientos, como la visión empresarial, las motivaciones del emprendedor, el factor organizacional, el acceso al crédito, entre otros. Para que los emprendimientos de la ciudad de Machala puedan crecer y permanecer en el mercado es necesario que sean considerados aspectos como: nuevas tecnologías, aprendizaje de temas administrativos, financieros, económicos y contables.

Palabras clave:

Emprendimiento, constitución, sostenibilidad, crecimiento económico, emprendedor.

ABSTRACT

Currently, entrepreneurship is considered a factor of great importance for the economic growth of countries due to its role in reducing unemployment, inequality and poverty. The objective of the article is to determine the factors that influence the constitution and sustainability of enterprises in the city of Machala. The methods used in the research are descriptive, qualitative and explanatory, from where it seeks to determine those factors that affect the constitution and sustainability of the undertakings. The results show that there are several factors associated with the constitution and sustainability of ventures, such as business vision, the motivations of the entrepreneur, the organizational factor, access to credit, among others. In order for the enterprises of the city of Machala to grow and remain in the market, it is necessary that aspects such as: new technologies, learning of administrative, financial, economic and accounting issues be considered.

Keywords:

Entrepreneurship, constitution, sustainability, economic growth, entrepreneur.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el espíritu empresarial se considera un factor valioso en el crecimiento económico de varios países, que ayuda a mejorar la calidad de vida de los residentes y también reduce el empleo, la desigualdad y la pobreza. Los países del mundo, tanto desarrollados como en desarrollo, consideran el espíritu empresarial como una alternativa al subempleo, especialmente para la población joven. Mientras que para Campo, et al. (2018), se puede concebir al emprendimiento desde el ámbito cultural y la capacidad que tienen los individuos para servir de plataforma en los mercados internacionales, de acuerdo con Suárez (2014), ser más competitivos.

El impacto del espíritu empresarial en la economía es innegable, especialmente si se considera que representan el crecimiento de la economía mundial. De acuerdo con los datos publicados en el Global Entrepreneurship Monitor (2017-2018), que desde hace dos décadas ha venido analizando 65 economías a nivel global, en la actualidad, más de 500 millones de personas en el mundo se encuentran intentando crear su negocio. También se utiliza para referirse a personas innovadoras que pueden generar nuevos proyectos o agregar valor a proyectos existentes.

Para Baptiste Say, citado en Stevenson & Jarillo (2012), el emprendedor se involucra en los factores de producción (tierra, capital y trabajo), por lo que se convierte en el protagonista de toda la economía y las actividades. En la misma línea Carrasco & Castaño (2008), definen al emprendedor como el creador de una nueva empresa. Un innovador que abandona la forma habitual de hacer las cosas también debe tener un alto nivel de liderazgo y ser capaz de encontrar oportunidades donde otros solo ven problemas. Por lo tanto, un emprendedor no es un gerente, no es un inversor, un emprendedor es un tipo de persona especial. Para el autor, lo más importante del espíritu empresarial es la "innovación". Así mismo Zamora (2018), señala que la innovación dinámica de la clase empresarial constituye una fuerte competitividad para el desarrollo económico, que tiene un impacto positivo en la creación de empleo.

Considerando la importancia del emprendimiento, es importante analizar los factores que inciden en su composición y sostenibilidad. Las actividades constitucionales son aquellas actividades que promueven el origen de una empresa, mientras que la sostenibilidad se refiere a la capacidad de una empresa para mantener sus propias capacidades a lo largo del tiempo a medida que se desarrollan sus capacidades y capacidades. En este caso particular, se refiere a la capacidad de la organización para mantener su posición en el mercado y la industria, lo que le permite sobrevivir por muchos años y generar rentabilidad y valor para la propia empresa y la industria, como para el sector en que se localiza y para los empleados.

Rajasekaran (2013), vincula la sostenibilidad con la necesidad primordial de encontrar un equilibrio entre la sociedad, la economía y la ecología para lograr el desarrollo a gran escala de la sociedad y la humanidad en el futuro. El emprendimiento sostenible es el compromiso permanente de la empresa, por lo que sus procesos son éticos y contribuyen al desarrollo económico, a la vez que mejoran la

calidad de vida de los empleados y de toda la comunidad, siempre teniendo en cuenta el avance del tiempo y las generaciones futuras.

Por tanto, el emprendimiento sostenible es un concepto multidimensional que trasciende la protección ambiental, el desarrollo económico y la equidad social. Promover la sostenibilidad del emprendimiento significa identificar y aplicar el análisis empresarial para identificar oportunidades para extender la vida de la empresa, que son fuentes positivas de crecimiento económico. Las actividades comerciales solo pueden considerarse sostenibles después de una planificación a largo plazo con ganancias financieras como objetivo.

Considerando lo expuesto, el objetivo de la presente investigación es el de: Determinar los factores que influyen en la constitución y sostenibilidad de los emprendimientos en la ciudad de Machala.

MATERIAL Y MÉTODOS

La presente investigación es de tipo descriptivo debido a que el emprendimiento es analizado desde los factores que influyen en su constitución y sostenibilidad, desde donde este tipo de investigación permitió la descripción de manera precisa y sistemática de la situación problemática, identificando las características de la población de estudio. La investigación también tiene un enfoque cualitativo, debido a que se recopilaron, analizaron e interpretaron datos numéricos lo que significa que la investigación se realiza en el entorno natural donde suceden los hechos, para lo cual se llevaron a cabo encuestas a los emprendedores, cuyos resultados permitieron acercarse en mayor medida a su realidad. La selección de la muestra se realizó considerado como referencia los datos que ofrece el Servicio de Rentas Internas (SRI) en su portal oficial, obteniendo una muestra de 449 emprendedores. De acuerdo con Hernández, et al. (2010), con las respuestas obtenidas a partir de la aplicación de los instrumentos de investigación se realiza un análisis estadístico de los datos.

Con respecto al nivel de profundidad de la investigación, esta es de tipo explicativo, lo que de acuerdo con las afirmaciones de Hernández, et al (2010), debido a que más allá de la explicación de teorías, conceptos antecedentes, se busca también identificar aquellos factores que tienen influencia en la constitución y sostenibilidad de los emprendimientos de la ciudad de Machala. En cuanto a las técnicas para la recolección de datos, se emplearon el análisis documental y las encuestas. Una vez que la información fue recopilada fue procesada, analizada y presentada en figuras estadísticas para una mayor comprensión.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La información obtenida durante la encuesta permite en primer lugar obtener el perfil del emprendedor y el contexto del emprendimiento en la ciudad de Machala, el 99% de las respuestas obtenidas permiten determinar que el 99% de los negocios encuestados se encuentran constituidos bajo la figura de persona natural. La figura legal de los emprendimientos en el Ecuador se divide en dos: a) persona natural y persona jurídica. De acuerdo con el artículo 41 del Código Civil, persona natural es aquel individuo que tiene

la capacidad de ejercer derechos y contraer obligaciones, la cual es adquirida en la mayoría de edad. En cuanto a la persona jurídica el artículo 564 del Código Civil menciona que es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, además de ser representada judicial y extrajudicialmente.

Es necesario mencionar que a su vez las personas jurídicas se dividen en corporaciones y fundaciones, siendo las personas jurídicas consideradas un grupo social que tiene coherencia y finalidad, además de un estatuto jurídico peculiar. Siendo la característica peculiar el que las personas jurídicas nacen de las disposiciones de Ley o a través de la aprobación del Presidente de la República. Queda en evidencia que los emprendimientos prefieren la figura de persona natural que para Martínez (2017), se debe más a temas de índole cultural, el emprendedor se siente más seguro si todas las transacciones se realizan bajo su nombre, aunque también puede ser un tema de desconocimiento de las ventajas y desventajas que le representaría la figura de persona jurídica.

Otro de los aspectos de relevancia en el concerniente al género del emprendedor, los resultados demuestran que en la ciudad de Machala las mujeres tienen un ligero porcentaje superior al de los hombres con el 52%. Bajo este contexto, Santander, Fernández, et al., (2016) el rol preponderante de la mujer se presenta desde el cuidado que debe realizar a su familia y la carencia económica buscando dar la mejor solución ante esta, en este sentido el emprendimiento se le presenta como una alternativa viable para poder continuar su rol como cuidadora del hogar y el de cubrir las necesidades económicas.

Las mujeres son más emprendedoras que los hombres; aunque eso le signifique experimentar desventajas y solventar barreras en cuanto al acceso a las distintas formas de capital (financiero, humano, tecnológico, social y cultural). Estas características hacen que las mujeres se encuentren más comprometidas con su negocio, siendo una manera de asegurar su sostenibilidad en el tiempo debido a que de él depende, en algunos casos, el sustento económico de la familia. Los datos obtenidos durante la investigación muestran que en la ciudad de Machala las mujeres emprendedoras son jóvenes, con residencia en los sectores urbanos y que le dedican mucho tiempo a lograr el crecimiento de su negocio.

Continuando con el análisis de las encuestas, con respecto a la edad del emprendedor, los resultados indican que el 29% de los encuestados tienen entre 30 y 50 años, que de acuerdo con Sung & Duarte (2015), en este rango de edad los emprendedores tienen los conocimientos necesarios para crear, dirigir y mantener una nueva empresa, análisis que es compartido con Morales & Pineda (2015), que la edad y experiencia de estos emprendedores les permite alcanzar una mayor permanencia en el tiempo de sus empresas. Se puede analizar el hecho de que los emprendedores de la ciudad de Machala de cierta manera cumplen con lo especificado por los autores debido a que la media de vida de los emprendimientos supera los 5 años, algo que pone en evidencia que si el emprendedor tiene experiencia y la aplica en la gestión de su negocio, puede hacer

que este incluso crezca y sea sostenible con el transcurrir de los años.

Otro factor de análisis para la sostenibilidad de los emprendimientos se relaciona con el nivel de formación educativa del emprendedor, para Ovalles, et al. (2018), no solo se trata de la educación sino también deben ser considerados los rasgos psicológicos del individuo, por lo que para estos autores, la experiencia no es un factor condicionante para alcanzar el éxito en el emprendimiento, debido a que actualmente, y por diversas circunstancias como la crisis económica, la falta de empleo, la imposibilidad de estudiar una carrera universitaria, muchos jóvenes han decidido emprender.

Retomando el tema de la formación educativa, el 47% de los emprendedores tienen un nivel de formación media, es decir, en algún momento cursaron o culminaron sus estudios secundarios, con el 37% se encuentran aquellos que siguieron una carrera universitaria y con el 16% los que cuentan con educación primaria. Algunos emprendedores que manifiestan un nivel educativo medio identifican al emprendimiento como su sustento, ante la falta de oportunidades laborales y la imposibilidad de continuar con sus estudios, mientras que aquellos que siguieron o concluyeron una carrera universitaria, comentaron que su negocio les permitió aplicar sus conocimientos. En lo que coinciden gran parte de los emprendedores, es que ven al emprendimiento como una oportunidad de alcanzar mayores ingresos en el corto plazo, por lo tanto no se considera una oportunidad para crecer como empresarios.

La formalidad con la que se llevan a cabo los emprendimientos es otra variable que permite analizar su sostenibilidad. Un aspecto de este ámbito lo compone su regularización y estado de contribuyente ante el Servicio de Rentas Internas, el 44% de los encuestados admiten que se encuentran regularizados bajo el Régimen Impositivo Simplificado (RISE), mientras que el 56% afirma tener Registro Único de Contribuyente (RUC).

De acuerdo con Largo & Matailo (2018), el RISE es un régimen de incorporación voluntaria, donde queda reemplazado el pago del IVA y del Impuesto a la Renta, por medio de cuotas mensuales, encontrándose entre sus principales propósitos el de mejorar la cultura tributaria del país. Su utilidad se sustenta en la simplicidad que presentan sus procedimientos, facilidad de pago y lo que le significa para el empresario el ahorro en costos indirectos administrativos. Es importante aclarar que para fines del presente trabajo, los datos referentes a los emprendimientos fueron obtenidos del Servicio de Rentas Internas, por lo que la totalidad se encuentra bajo el sistema de RISE o RUC, pero existe un importante número de este tipo de negocios que trabaja en informalidad.

Para poder analizar la sostenibilidad de los emprendimientos también resulta fundamental conocer su comportamiento organizacional. En cuanto al motivo que originó el negocio, la Figura 1 expone las respuestas que brindaron los encuestados, y donde es factible analizar que el 56% manifiesta que se debe a la visión empresarial, donde aseguran esperan que su negocio siga creciendo en el tiempo, respuesta que resulta algo contradictoria con la brindada

con anterioridad donde se afirmaba que no se planifica para el largo plazo y que se esperan tener réditos económicos lo más pronto posible. El 23% asegura que el emprendimiento surge ante la falta de fuentes de trabajo, seguido del 20% que menciona que el emprendimiento responde a una tradición familiar y en el último lugar se encuentran aquellos emprendimientos que surgieron como un incentivo del gobierno con el 1%.



Figura 1. Motivaciones para iniciar el negocio.

Para poder analizar la sostenibilidad de los emprendimientos también resulta fundamental conocer su comportamiento organizacional. En cuanto al motivo que originó el negocio, la Figura 1 expone las respuestas que brindaron los encuestados. Para que se de origen a un negocio es importante la motivación, aspecto que es resaltado por Alvarado, et al. (2018), que mencionan que cualquier actividad que tenga como base el emprendimiento depende de dos factores principalmente, la motivación que tenga el emprendedor y las necesidades insatisfechas que fueron identificadas en el mercado. Por otra parte se han identificado otro tipo de factores que también inciden en la creación de negocios como lo es el estar rodeado de una cultura empresarial que sea propensa al emprendimiento por área geográfica en el lugar de residencia o inclusive por tradición familiar por medio de “modelos a imitar” y a la generación y transferencias de conocimientos que contribuye a la creación de nuevas empresas.

Generalmente los emprendedores inician su negocio sin considerar los diversos aspectos organizacionales, esta es una fase muy importante de la administración donde se llegan a designar las actividades que deben ser ejecutadas, se determinan las responsabilidades con el propósito de cumplir con lo planeado. Pero para muchos nuevos empresarios este es un paso innecesario por lo que en la ciudad de Machala, gran parte de los encuestados no llevan a cabo una planificación organizacional lo que puede convertirse un obstáculo no solo para una adecuada gestión administrativa que garantice su sostenibilidad en el tiempo, sino que también tiene consecuencias en el manejo de los recursos.

La gestión eficiente de los emprendimientos en el contexto organizacional también se refleja en la permanencia del negocio. Si bien las micro, pequeñas y medianas empresas tienen un gran impacto en la economía de los países, es importante que se garantice su sostenibilidad, pero se

ha comprobado que un considerable número de emprendimientos se extingue en el corto plazo. Fenómeno que no solo se evidencia en el Ecuador sino principalmente en todos los países de América Latina. En lo que respecta a la ciudad de Machala, el 67% de los emprendimientos superan los cinco años de permanencia en el mercado, el 17% se mantiene entre los 3 y 5 años y el 16% desaparece en menos de 3 años, datos que se reflejan en la Figura 2.

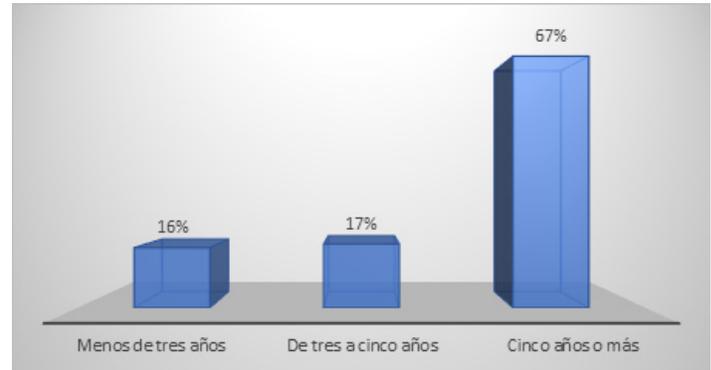


Figura 2. Permanencia del negocio.

En la actualidad en este mundo de gran competitividad es importante que las empresas, especialmente las micro, pequeñas y medianas empresas se encuentren capacitadas para adaptarse al entorno, permanecer y crecer en él. Pero lamentablemente algunos emprendimientos no disponen de los recursos ni la capacidad humana para desarrollarse y crecer. Una estrategia que puede ser utilizada por las empresas son las redes, para Becerra (2008), la red es una estrategia utilizada para la integración y la articulación de los diferentes agentes cuyo propósito es el que éstos se formen bajo un tipo de estructura determinado.

Urrutia & Cuevas (2016), confirman a las redes como estrategia para mejorar la competitividad y el logro de los objetivos de las empresas que se encuentran involucradas. La encuesta realizada demuestra que el 83% de las empresas no forman parte de ninguna red empresarial, no utilizan este tipo de estrategia para alcanzar su crecimiento en el mercado. Las redes contribuyen a que los pequeños negocios cooperen entre sí, compartan fuentes de información, personal, proveedores de materia prima o equipos, consultores, distribuidores, entre otros, también buscan que se disminuya o elimine la confrontación entre competidores, proveedores, clientes, entre otros.

Es importante también conocer sobre el personal que labora en estos emprendimientos, muchos de estos se tratan de empresas familiares. Una empresa familiar presenta características distintas a cualquier otro tipo de negocio, principalmente porque se ve enfrentada al desafío de alinear los intereses de la familia, la propiedad y los objetivos del negocio, por lo que en algún momento deberán solucionar estos problemas. Al momento de consultar sobre el tipo de remuneración que recibe el personal que labora en la empresa, quedó claro que este es un tema de interés debido a que ciertos emprendedores, al considerar a sus negocios como familiares, y siendo sus colaboradores parte de su círculo familiar, asume que no debe recibir ningún tipo de

remuneración debido a que se encuentran apoyando un negocio familiar.

De esta manera en la Figura 3 se puede observar que el 39% de los empresarios no ofrecen ningún tipo de remuneración a su personal porque los considera parte del negocio familiar que se benefician de las ganancias que son invertidas en la familia, el 35% paga el equivalente a un salario básico unificado, el 8% una remuneración simbólica menor a un salario básico unificado y el 19% una remuneración mayor al salario básico unificado.

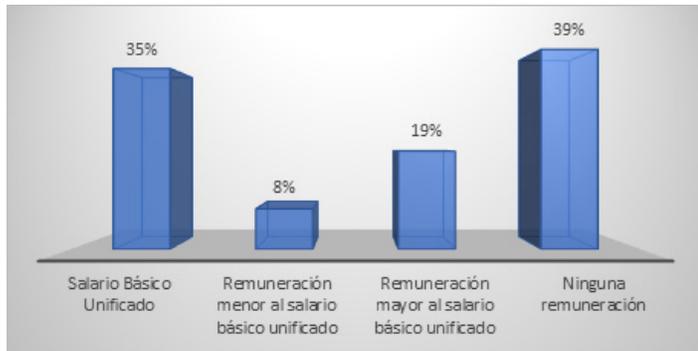


Figura 3. Remuneración percibida por el personal.

En cuanto a los beneficios sociales es lógico que si no existe una remuneración adecuada, las personas que trabajan en los emprendimientos no reciben ningún tipo de beneficio. Con respecto a aquellos que si reciben el salario básico unificado, se manifiesta que acceden a los beneficios correspondientes que menciona la ley, por otro lado aquellos que no están asegurados, pero que reciben algún tipo de remuneración reciben por lo general horas extras y bonificaciones como un incentivo al trabajo realizado.

Un pilar fundamental para que las empresas puedan mantenerse en el tiempo se relaciona con las ventas que llevan a cabo, lo cual se realiza por medio de la implementación de estrategias de ventas, algo que los emprendimientos de la ciudad de Machala han adoptado aunque en diferentes formas y niveles de acuerdo con la naturaleza y disponibilidad de los recursos de la empresa. El 49% de las empresas ha optado por mejorar la presentación de sus productos, el 27% aplica promociones que le permite captar un mayor número de clientes, el 10% establece estrategias innovadoras de ventas, el 6% ofrece una mayor diversificación de sus productos el 7% considera importante ser parte de ferias para emprendimientos desde donde puede dar a conocer de forma más personalizada las características de su producto o servicio. En la Figura 4 se presentan los resultados anteriormente mencionados.



Figura 4. Estrategias de ventas.

Para que las empresas se mantengan vigentes es importante mantener las ventas debido a que representan los ingresos y las ganancias de la empresas por lo que es lógico que se busque estrategias para incrementarlas, en la actualidad uno de los canales más utilizados para promocionarse son las redes sociales que es precisamente lo que hacen el 47% de los emprendimientos, el 17% utiliza gigantografías o anuncios publicitarios, el 15% publicidad por medio de la prensa, el 11% por medio de volantes y el 10% a través de la radio, datos que se encuentran en la Figura 5.

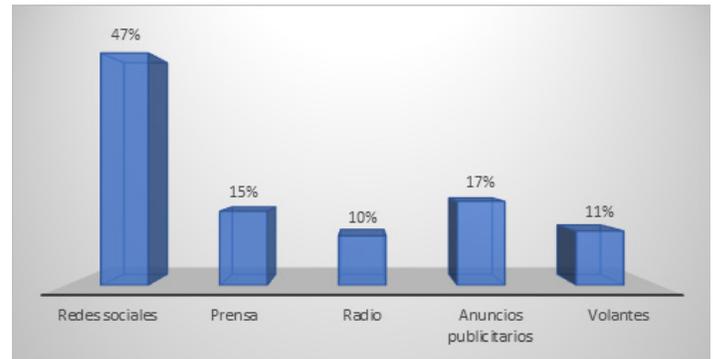


Figura 5. Medios de promoción y publicidad.

Naoko (2020), afirma que las redes sociales no solo le sirven al emprendedor para darse a conocer en el mercado sino que también contribuye a identificar nuevas oportunidades de negocios a partir de la interacción que tenga en la red, entre los que podría incluirse nuevas ideas de modelo de negocios y localizar a potenciales clientes. Las redes sociales hacen posible un contacto más cercano con los clientes posibilitando llegar a más personas en diversos mercados, actualmente muchos negocios están apostando por darse a conocer a través de las redes sociales, lo demuestra el 47% de emprendedores de la ciudad de Machala.

Otro factor crítico que contribuye a la sostenibilidad de los emprendimientos es el financiamiento. Owers & Sergi (2019), indican que la financiación del espíritu empresarial ha experimentado cambios marcados a lo largo del tiempo y sigue evolucionando rápidamente. Actualmente existe planes de financiamiento destinados a los emprendedores que les permite acceder a un crédito por medio de beneficios como una tasa de interés crediticia favorable, capacitaciones, entre otros. El 63% de los emprendimientos han utilizado el crédito para favorecer a sus negocios aunque no todos han recurrido a fuentes de financiamiento como la banca pública o privada.

Como se expone en la figura 6, el 34% de los emprendedores ha recibido créditos de la banca privada, el 30% de las cooperativas de ahorro y crédito, el 18% de conocidos, amigos y/o familiares, de la banca pública el 13% y de otras fuentes el 5%. El gobierno nacional ofrece créditos para los microempresarios como el programa “Resurgir la economía” que busca impulsar el desarrollo de los pequeños emprendimientos, pero que debido a la burocracia para acceder a los beneficios, muchos emprendedores prefieren incluso ni intentar acceder a ellos.

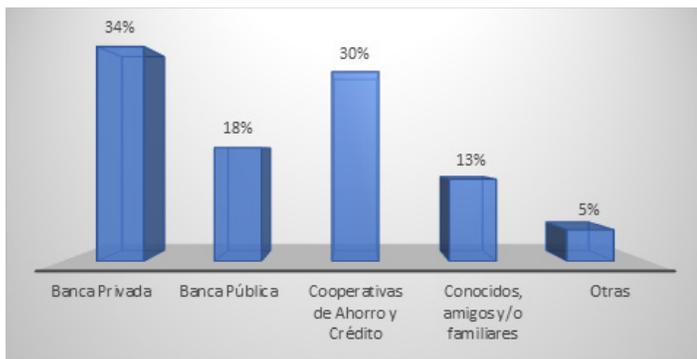


Figura 6. Créditos.

CONCLUSIONES

La presente investigación analiza los factores que inciden en la constitución y sostenibilidad de los emprendimientos los cuales por lo general se refieren a las micro, pequeñas y medianas empresas. Este tipo de negocios no solo incide sobre las finanzas del empresario, sino que también agregan valor a la economía local, aumenta el poder adquisitivo, mejora los ingresos y se crean puestos de trabajo. Indudablemente las microempresas son unidades de producción tanto de bienes como de servicios que han demostrado su capacidad para dinamizar las capacidades productivas, ocupando un importante lugar en todos los países del mundo, contribuyen en la generación de empleo, permiten crear innovación, acelerando los procesos económicos y sociales que se presentan.

En el Ecuador, estas empresas representan un importante sector de la economía, siendo evidente su presencia a partir de las diversas actividades que estas realizan, demostrando su importancia económica para el país. Considerando la relevancia de este sector para la economía se analiza, en el presente trabajo aquellos factores que intervienen en su constitución y sostenibilidad. Los resultados expuestos en el apartado anterior demuestran que en la ciudad de Machala el emprendimiento surge de la visión empresarial de las personas, que vieron la oportunidad de desarrollarse tanto económicamente como profesionalmente a partir de sus emprendimientos, aunque también es necesario acotar que los negocios son vistos como una oportunidad de llevar el sustento al hogar ante la falta de oportunidades laborales.

Las mujeres, por un porcentaje ligeramente superior, son más emprendedoras que los hombres, ellas buscan poder ayudar económicamente a su hogar y al mismo tiempo estar pendiente de los cuidados de su familia, por lo que suelen encontrarse más comprometidas con su emprendimiento. Un hecho que resalta también es el promedio de permanencia que tienen los emprendimientos en la ciudad de Machala, la teoría refiere que por lo general este tipo de empresas no sobreviven los 5 años, pero en las encuestas realizadas estos llegan en un gran número a los siete años, es más incluso un importante porcentaje supera esta media, evidenciando su importancia en la región.

Las conclusiones que se pueden extraer de la investigación en cuanto a la constitución de los emprendimientos, es que estos nacen a partir de la visión empresarial del

empresario, que busca que su negocio crezca en el tiempo, también se debe a la escasez de empleo, donde el emprendimiento es visto como una oportunidad de generar ingresos para la familia. Suele también ser considerado una empresa familiar debido a que se encuentra conformado por los miembros de la misma familia donde incluso no recibe remuneración por su trabajo.

Con respecto a su sostenibilidad, esta puede encontrarse influenciada por diversidad de factores, en primer lugar el organizacional, las personas contestaron que ese aspecto no es considerado relevante, restando importancia, por lo que muchos empresarios no conocen las formas adecuadas de organizar su trabajo ni administrar su negocio por lo que este puede fracasar. Otro aspecto que puede reflejarse en la sostenibilidad del negocio es que gran parte de los emprendimientos no consideran a las redes como mecanismos de cooperación mutua, perdiendo oportunidades para crecer. En cuanto a los aliados que les permite a los emprendimientos darse a conocer en el mercado se encuentra el uso de las redes sociales, herramienta de gran popularidad en los pequeños emprendimientos y que bien utilizada, les ha permitido llegar a los clientes y crecer.

Un tema que destaca de la investigación es la dificultad que se les presenta a los emprendedores para acceder a créditos, aunque la mayoría ha recibido créditos de la banca privada y la pública, es necesario aclarar que los requisitos para acceder a ellos se vuelven imposibles para un gran número de pequeños empresarios que como mecanismo alternativo buscan créditos por otros medios, pero pagando un gran porcentaje de interés.

La investigación realizada permite determinar que para que los emprendimientos de la ciudad de Machala puedan crecer y permanecer en el mercado es necesario que sean considerados, por sus administradores, temas como: nuevas tecnologías, aprendizaje de temas administrativos, financieros, económicos y contables, los que resultan indispensables debido a que se convierten en los soportes que guían su crecimiento, además de que con el transcurso del tiempo les permitirá lograr la competitividad y el acceso a nuevos mercados. Como trasfondo de lo mencionado resalta la importancia que tiene la capacitación en temas que le permita al emprendedor lograr que su negocio sea rentable y sostenible en el largo plazo.

Las limitaciones que presenta el estudio se relacionan con el hecho de que la muestra tomada para el desarrollo de la investigación responde a aquellas empresas debidamente constituidas y reglamentadas, cuya población se obtuvo de los datos proporcionados por el Servicio de Rentas Internas, por lo que no fueron consideradas aquellos emprendimientos informales, que no se encuentran reglamentados, por lo que siendo su análisis también importante por el contexto en el que se desenvuelven, es necesario que sea incluido en futuras investigaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvarado, E., Ortíz, J., & Morales, D. (2018). Factores que influyen en el emprendimiento de un micronegocio familiar en México. *Revista de Economía del Rosario*, 21(1), 153-180.

- Becerra, F. (2008). Las redes empresariales y la dinámica de la empresa: aproximación teórica. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 18(32), 27-45.
- Campo, L., Amar, P., Olivero, E., & Huguet, S. (2018). Emprendimiento e innovación como motor del desarrollo sostenible: Estudio bibliométrico (2006- 2016). *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 24(4), 26-36.
- Carrasco, I., & Castaño, S. (2008). *El emprendedor Schumpeteriano y el contexto social*. Información Comercial Española: ICE.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill .
- Largo, N., & Matailo, L. (2018). Estudio del Régimen Impositivo simplificado RISE y su impacto en las recaudaciones globales. *Polo del Conocimiento*, 3(11), 138-152.
- Martínez, W. (2017). *Ser independiente... ¿es mejor como persona natural o jurídica?* <http://www.yosoycontador.com/ser-independiente-es-mejor-hacerlo-como-persona-natural-o-juridica/>
- Morales, S., & Pineda, U. (2015). Factores del perfil del emprendedor y de la gestión del servicio que inciden en la supervivencia empresarial: casos del oriente de Antioquia (Colombia). *Pensamiento & Gestión*, (38), 176-207.
- Naoko, M. (2020). *Social Networks and Entrepreneurship*. https://www.rieti.go.jp/en/columns/a01_0346.html
- Ovalles, L., Moreno, Z., Olivares, M., & Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 1-19.
- Owers, J., & Sergi, B. (2019). *The Evolution of Financing Entrepreneurship*. Emerald Publishing Limited.
- Rajasekaran. (2013). Sustainable Entrepreneurship: Past Researches and Future Directions. *Journal of Entrepreneurship and Management*, 2(1), 20-27.
- Santander, P., Fernández, C., & Yáñez, D. (2016). Motivaciones y condicionantes contextuales en el emprendimiento liderado por mujeres chilenas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 2, 63-77.
- Stevenson, H., & Jarillo, J. (2012). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Journal of Management and Strategy*, 1(11), 17-27.
- Suárez, A. (2014). *Emprendimiento Innovador en Colombia. (Ensayo de especialización)*. Universidad Militar.
- Sung, S., & Duarte, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 291-314.
- Urrutia, J., & Cuevas, T. (2016). Redes empresariales en el sector turismo y servicios para la mejora de competitividad en ciudad Juárez, Chihuahua, México: Caso Parque Central, Hermanos Escobar y Pymes Aledañas. *Cuadernos de Turismo*, 1(37), 421-436.
- Zamora, C. (2018). Importance of entrepreneurship to the economy: the case of Ecuador. *Espacios*, 39(7).