

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

El fracaso prematuro de los pequeños emprendimientos y el uso tecnológico para promover
su sostenibilidad

Proyecto Integrador

Previo la obtención del Título de:

Nombre de la titulación

Licenciatura en Administración de Empresas

Presentado por:

Dayanna Anabelle Méndez Conforme

José Antonio Rugel Terán

Guayaquil - Ecuador

Año: 2022

Dedicatoria

Este proyecto se lo dedico a mi familia porque ellos han sido siempre un gran soporte emocional; me dieron su apoyo y ánimos cuando más lo necesitaba. A mis mejores amigos del colegio, universidad y trabajo, por su constante soporte y consejos para seguir adelante y no estresarme por la tesis. A mi trabajo, Terpel, por darme las facilidades de terminar mis estudios universitarios.

José Antonio Rugel

A mis papás, Norma y Enrique, por ser mis mayores creyentes, por estar y darme siempre más de lo que esperaba. A mis hermanas, Dhaylyn y Doménica, por ser mi más grande inspiración y motivación. A mis abuelas, Norma y Grecia, por ser los pilares de este sueño politécnico, y toda mi familia. Finalmente, se lo dedico a esa joven de 18 años que fue más fuerte que sus propios miedos, y porque nunca dejó de creer en sí misma.

Dayanna Méndez Conforme

Agradecimientos

A Dios por haberme guiado en todo momento. A mis padres por apoyarme en lo que necesitaba para la finalización de este proyecto. A mis amigos de toda la vida al igual que compañeros de trabajo por aconsejarme y ayudarme a solventar las dudas que se me presentaban. A mi amiga de tesis, Dayanna, porque con su constante apoyo y destrezas, logramos sacar adelante un trabajo grandioso.

José Antonio Rugel

A mi familia, amigos y compañeros de trabajo, y a 7 chicos que me animaron durante este tiempo. A nuestro guía, el Econ. Pablo Soriano, quien hizo que pudiéramos crecer en este proyecto como profesionales. Finalmente, pero no menos importante, a José, mi compañero de tesis y amigo que la ESPOL me dio, quien con su apoyo, conocimiento y cariño permitió que se culmine satisfactoriamente esta última etapa de nuestra vida universitaria.

Dayanna Méndez Conforme

Declaración expresa

“Los derechos de titularidad y explotación, me(nos) corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *(nombre de los participantes)* doy(damos) mi(nuestro) consentimiento para que la ESPOI realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”.



Dayanna Anabelle
Méndez Conforme



José Antonio Rugel
Terán

Evaluadores

Econ. Pablo Soriano Idrovo, MAE

Profesor de la materia

Econ. Pablo Soriano Idrovo, MAE

Profesor tutor

Resumen

Emprender se ha vuelto una práctica recurrente por personas en todo el mundo con el pasar de los años, y es que la necesidad de superación y sobrevivencia han impulsado a que recurran a buscar fuentes propias para solventarse. Pero, desarrollar y alcanzar madurez dentro de un mercado competitivo, conlleva a grandes desafíos para la población ecuatoriana. La falta de conocimiento, adaptación y otros factores, no han permitido que más del 90% de estas iniciativas alcancen el éxito deseado a largo plazo.

La presente investigación tiene como objetivo proponer una solución tecnológica que se ajuste a las necesidades de los emprendedores con el fin de promover la sostenibilidad y rentabilidad de los negocios dentro del mercado. Con esta finalidad, se utilizó un diseño metodológico mixto, es decir, la aplicación de técnicas cualitativas y, por el otro lado, un instrumento cuantitativo, con el propósito de validar la propuesta solución frente a los interesados.

Los resultados obtenidos indicaron principalmente indecisión y dificultad para crear o mantener un emprendimiento ya que los principales medios de conocimiento provenían por investigación propia (64.3%) y el 59% de los emprendedores no contaban con capacitación alguna.

Por ende, mediante los hallazgos obtenidos por las encuestas realizadas, se propone la creación de 2 aplicaciones móviles que permitan, por un lado, capacitar y asesorar a los dueños de emprendimientos en el manejo de su negocio, y, por otro lado, la búsqueda eficiente de negocios pequeños para facilitar la compra de productos y servicios por parte de los usuarios digitales.

Palabras claves: emprendimiento, aplicación, capacitación, usuarios digitales, mercado.

Abstract

Entrepreneurship has become a recurring practice for people around the world over the years, and it is the need to improve and survive that has prompted them to search for their own monetary sources. But developing and reaching maturity within a competitive market entails great challenges for the Ecuadorian population. The lack of knowledge, adjustment and other factors have not allowed more than 90% of these initiatives to achieve the desired long-term success.

The objective of this research is to propose a technological solution that meets the needs of entrepreneurs to promote the sustainability and profitability of businesses within the market. For this purpose, a mixed methodological design was used, containing, the implementation of qualitative techniques; on the other hand, a quantitative instrument was used, with the purpose of validating the proposed solution in front of the interested parties.

The results obtained mainly indicated indecision and difficulty in creating or maintaining a business. The main means of knowledge came from their own research (64.3%) and 59% of the entrepreneurs did not have any training whatsoever.

Therefore, through the findings obtained from the surveys, it is proposed the creation of 2 mobile applications. The first one will allow to train and advise the owners of enterprises in the management of their business, and on the other hand, the second application will allow the efficient search for small businesses to facilitate digital users the purchase of products.

Keywords: entrepreneurship, application, training, digital users, market

Índice General

Evaluadores	5
Resumen	6
Abstract	7
Índice General	8
Abreviaturas	11
Simbología	12
Índice de figuras	13
Índice de tablas	14
Capítulo 1	15
1.1 INTRODUCCIÓN	16
1.2 Descripción del problema	17
1.3 Justificación del problema	19
1.4 Objetivos	20
1.4.1 <i>Objetivo general</i>	20
1.4.2 <i>Objetivos específicos</i>	20
1.5 Marco teórico	21
1.5.1 <i>Emprendimiento</i>	21
1.5.2 <i>Obstáculos de los emprendimientos en América del Sur</i>	22
1.5.3 <i>Medidas y otras fuentes que han ayudado a los emprendimientos</i>	24
Capítulo 2	26
2.1 METODOLOGÍA	27
2.1.1. <i>Análisis Entorno</i>	27
2.1.2. <i>Diagrama de Ishikawa (Causa y efecto)</i>	28
2.1.3. <i>Investigación exploratoria</i>	28
2.1.4. <i>Diseño de investigación concluyente</i>	29
2.2. Método Muestral aleatorio	29
2.2.1. <i>Análisis de la muestra</i>	30
2.2.2. <i>Investigación cuantitativa</i>	31

2.2.3. Grupos Focales	32
Capítulo 3	33
3.1. Análisis y resultados	34
3.1.1. Objetivo 1	34
3.1.1.1. Análisis Interno del Entorno	34
3.1.1.2. Análisis PESTEL.....	35
3.1.1.3. Percepciones y motivaciones	36
3.2.1. Objetivo 2	38
3.2.1.1. Diagrama de Ishikawa.....	38
3.2.1.2. Motivos personales.....	40
3.1.1.1.1. Financiamiento	40
3.1.1.1.2. Métodos.....	40
3.1.1.1.3. Gobierno	41
3.1.1.1.4. Cierre Planificado.....	42
3.1.1.1.5. Oportunidad de Negocio	43
3.1.2. Objetivo 3	43
3.1.3. Objetivo 4	55
Capítulo 4	56
4.1. Viabilidad financiera.....	57
4.2. Capital inicial requerido para el proyecto	57
4.2.1. Financiamiento del capital requerido	61
4.3. Análisis de la demanda	62
4.4. Balance General	65
4.5. Estado del resultado integral	66
4.6. Flujo de caja	67
4.7. Indicadores financieros.....	67
Conclusiones y recomendaciones.....	72
5.1. Conclusiones	72
5.2. Recomendaciones	74
Referencias.....	76
Apéndice A	79

Apéndice B..... **85**

Apéndice C..... **89**

Abreviaturas

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
TEA	Tasa de Actividad Emprendedora
IDB	Índice Doing Business
PESTEL	Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental, Legal
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
MVP	Minimum Viable Product
SENADI	Servicio Nacional de Derechos Intelectuales
AEI	Alianza para Emprendimiento e innovación del Ecuador
EVIT	Earnings before Interests and Taxes

Simbología

ROA	Retorno sobre Activos
ROE	Retorno sobre el capital
VAN	Valor Actual Neto
TIR	Tasa Interna de Retorno

Índice de figuras

Figura 1 <i>Comparación de la TEA con otros países de la región</i>	18
Figura 2 <i>Evaluación de los ecosistemas de países Latinoamericanos.</i>	19
Figura 3 <i>Obstáculos de los emprendimientos en América del Sur</i>	23
Figura 4 <i>Indicadores de percepción individual</i>	37
Figura 5 <i>Diagrama de Ishikawa</i>	39
Figura 6 <i>Rango de edad de los encuestados</i>	44
Figura 7 <i>Género de los encuestados</i>	44
Figura 8 <i>¿Es emprendedor?</i>	45
Figura 9 <i>¿Le gustaría emprender?</i>	46
Figura 10 <i>Atributos más deseados en una aplicación de acompañamiento de negocios</i>	47
Figura 11 <i>Tipo de actividades deseadas para emprendedores</i>	48
Figura 12 <i>Tiempo disponible a dedicar en los cursos</i>	49
Figura 13 <i>Rango económico dispuestos a pagar en un aplicativo de acompañamiento</i>	50
Figura 14 <i>Deseo de interacción con otros emprendedores usuarios</i>	51
Figura 15 <i>Disposición del emprendedor para compartir el aplicativo</i>	52
Figura 16 <i>Prototipo de baja fidelidad</i>	53
Figura 17 <i>Prototipo de alta fidelidad de Kiosko Edu</i>	54
Figura 18 <i>Prototipo de alta fidelidad de Kiosko Shop</i>	55

Índice de tablas

Tabla 1 Capital inicial requerido	57
Tabla 2 Detalle de gastos fijos	58
Tabla 3 Depreciación del activo fijo	59
Tabla 4 Detalle de Activo Diferido	59
Tabla 5 Detalle de Gastos Fijos	60
Tabla 6 Detalle de gastos de personal	61
Tabla 7 Inversión inicial requerida	62
Tabla 8 Amortización de la deuda.....	62
Tabla 9 Datos generales del cálculo	63
Tabla 10 Detalle de la demanda global	64
Tabla 11 Detalle de costos globales	64
Tabla 12 Balance General.....	65
Tabla 13 Estado de Resultados	66
Tabla 14 Flujo de caja	67
Tabla 15 Indicadores financieros	68

Capítulo 1

1.1 INTRODUCCIÓN

En los últimos 2 años, desde que se produjo la pandemia alrededor del mundo, han surgido dificultades económicas que han afectado fuertemente a las economías de los países. Tanto así que las empresas han optado por proteger sus activos mediante el despedido de varios empleados, dejándolos en aprietos para mantener a sus familias y llevar una vida plena.

Debido al estallido de un sinnúmero de necesidades por satisfacer, empezó a surgir de forma exponencial la astucia y el espíritu emprendedor de la población para dar soluciones a sus propios problemas personales, y por consiguiente, a los problemas de sus semejantes. La creación de nuevos emprendimientos y el incremento de nuevos empleos en varias áreas de especialización causados por serias crisis económicas y desempleo, han sido primordiales para el desarrollo económico de los países de América Latina.

De acuerdo a investigaciones realizadas por la Escuela de Negocios de la ESPOL, los emprendimientos son elementos de vital importancia en los países en vías de desarrollo, como es el caso de Ecuador, debido a que estos representan un salto en la competitividad del país y, además, son uno de los principales actores que influyen en el crecimiento económico, teniendo así la capacidad de promover y de generar fuentes de empleo, acompañados de la implementación de políticas adecuadas (Lasio, et al., 2020).

Según Guillermo Celi (Universo, 2020), mediante el diario El Universo, Ecuador es el país que más emprende en la región sur, pero es el país con la tasa más alta de fracasos. De manera específica, 8 de cada 10 emprendimientos terminan en el umbral de los 3 años en el Ecuador.

A pesar de que la población ecuatoriana es muy capaz de proponer nuevas e innovadoras ideas, existen varias razones por las que al momento de implementarlas no llegan a madurar y a convertirse en empresas duraderas y lucrativas (Edes Business School, 2018).

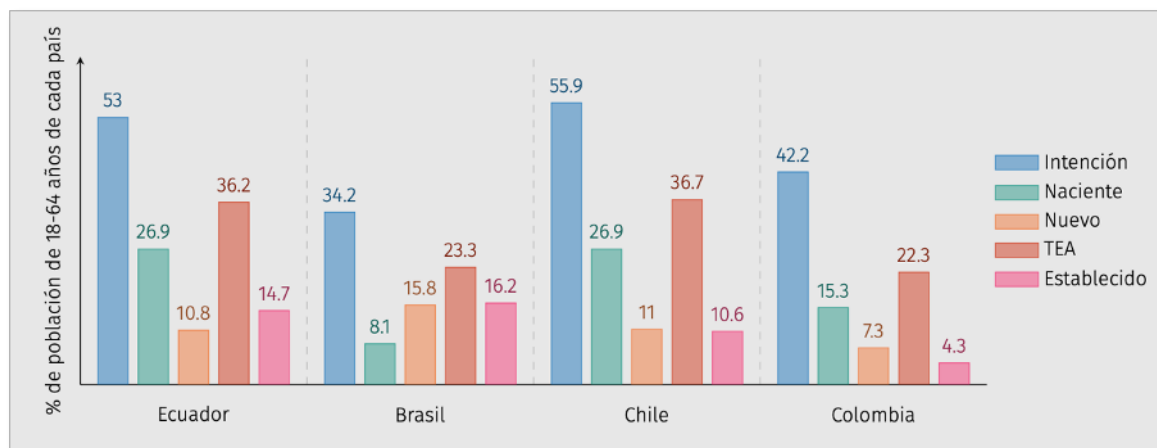
En primera instancia, se considera a los factores políticos económicos como aquellos causantes del impedimento para el surgimiento de pequeños emprendimientos al ser muy estrictos en los procesos de constitución y financiamiento bancario (Baque, et al., 2020). Sin embargo, según Edes Business School (2018), el problema principal nace directamente de los emprendedores, la incertidumbre de no saber a dónde ir, cuál es el siguiente paso, cómo se puede financiar el proyecto, si el modelo de negocio es el correcto, si la idea de negocio será rentable en el largo plazo, y el no saber como resolver dichas dudas.

1.2 Descripción del problema

Ecuador es uno de los países de Latinoamérica con las tasas más altas de emprendimientos creados debido a que la población ecuatoriana es considerada innovadora, ansiosa y motivada. Con la llegada de la pandemia, se presentaron bastantes problemas en la economía del país, no obstante, el ciudadano ecuatoriano no desaprovechó ninguna oportunidad para generar un incentivo monetario a fin de sobrellevar su estabilidad.

Figura 1

Comparación de la TEA con otros países de la región



Nota: Elaborado por Global Entrepreneurship Monitor 2019.

De acuerdo a la Ilustración 1, se puede observar que Ecuador en el 2019, en comparación con los países más grandes de Sudamérica, tuvo un nivel de porcentaje del TEA (Actividad Emprendedora Temprana) de 36.2%, relativamente por encima de resto, exceptuando a Chile. Esto quiere decir que aproximadamente 3.5 millones de habitantes empezaron un negocio nuevo. De la misma manera, en el gráfico se refleja la intención de los emprendedores por crear un negocio y satisfacer una necesidad dentro del mercado con un 53% en comparación con el resto de países.

Sin embargo, debido a la carencia de habilidades, la falta de herramientas y la incertidumbre, muchos de estos negocios no llegan a sobrevivir más allá de los 3 años, puesto que, estos son factores determinantes para el fracaso. El tiempo de supervivencia dentro del mercado se ve amenazado por una multitud de comercios similares, afectando no solo al ámbito social como, por ejemplo, sus dueños y familiares, sino también al ámbito empresarial y a una economía nacional.

Figura 2

2Evaluación de los ecosistemas de países Latinoamericanos.

	Ecuador	Brasil	Chile	Colombia	Paraguay	LatAm	Bajo	Medio	Alto
Financiamiento para emprendedores	2.88	4.78	3.75	3.39	2.52	3.39	4.34	3.78	4.8
Políticas gubernamentales: apoyo y relevancia	3.31	3.92	4.71	5	2.41	3.43	4.49	3.46	4.6
Políticas gubernamentales: impuestos y burocracia	2.66	2.25	4.79	3.11	3.53	3.18	3.91	3.58	4.22
Programas gubernamentales	3.44	3.91	5.47	4.53	3.44	3.89	4.17	3.58	4.85

Nota: Elaborado por Global Entrepreneurship Monitor 2019

Un claro ejemplo se puede observar en la Ilustración 2. Ecuador a pesar de tener un alto índice de intención para crear emprendimientos, es uno de los países que menos financiamiento recibe con tal solo 2.88%, el apoyo y políticas gubernamentales también son factores que dificultan la exploración de la idea de negocio y lleva al emprendedor a no seguir adelante en el desarrollo del emprendimiento. Por consecuencia, el 90% de los emprendimientos en el Ecuador, no llegan a su etapa de madurez y fracasan dentro del plazo de 3 años.

Ante las razones expuestas, este proyecto busca entender y proponer una solución basada en las tecnologías de información con el fin de guiar a los negocios pequeños a pasar la barrera de etapa inicial y perdurar en el tiempo hasta llegar a la etapa de madurez. Con esto también se busca resolver la incertidumbre del proceso de generar un plan de negocio efectivo que se sustente a lo largo del tiempo.

1.3 Justificación del problema

El impacto comercial recae en la obtención de ganancias a través del progreso de cada cliente dentro de la aplicación móvil, y de ser un espacio para nuevos socios como instituciones y centros de emprendimientos que quieran crear alianzas para ofrecer sus servicios.

Con el desarrollo de la aplicación para emprendedores y usuarios externos, se podrá aumentar la comercialización de los negocios, sus ganancias y el asentamiento en el mercado, ya que al conectar directamente al comprador con los emprendimientos existentes beneficia a ambas partes; por un lado, al negocio al ser encontrado y obtener mayor afluencia de clientes, y al comprador en satisfacer su necesidad.

Las posibilidades de comercialización en el futuro son muy altas porque se buscaría disminuir el fracaso de los emprendimientos mediante capacitaciones e ideas más llamativas e innovadoras. Además, se obtendría un espacio creado con un modelo de negocio mejorado donde se reúnen emprendimientos de diferentes categorías comerciales de varias partes del Ecuador y es más factible para el usuario conectar con un emprendimiento que cumpla sus requerimientos.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Desarrollar una propuesta digital e innovadora para impulsar el progreso de actuales y futuros emprendimientos de la ciudad de Guayaquil con el fin de que se fortalezcan y se conviertan en negocios exitosos a largo plazo.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Examinar a través de una investigación exploratoria el panorama general de los emprendimientos ecuatorianos desde los años 2019 al 2021 para que se tenga una perspectiva más amplia acerca de los involucrados.

2. Analizar por medio de un diagrama de causa y efecto de las razones detrás de los fracasos de los emprendimientos durante los años 2019 al 2021 para que sean de guía en la creación de una propuesta de valor.
3. Realizar un estudio de mercado para el diseño de una aplicación móvil que utilicen los emprendimientos de la ciudad de Guayaquil donde se desarrollen y socialicen para acercarse a su mercado meta.
4. Evaluar mediante herramientas financieras la factibilidad económica de la propuesta y la incidencia de esta sobre el rendimiento de los emprendimientos en un plazo proyectado entre el 2023 al 2026 para que se logre el éxito deseado.

1.5 Marco teórico

1.5.1 Emprendimiento

Al hablar de emprendimiento, se debe echar un vistazo al pasado, ya que, el auge de este toma sus inicios durante la Revolución Industrial en el siglo XVIII, donde gracias a este suceso, que tuvo impacto global, dio apertura a grandes avances para la economía de la época y, de cierta manera, dio la bienvenida a lo que hoy se conoce como capitalismo con positivos y grandes cambios en la manufactura y producción (Vasquez, 2015).

La palabra “emprendimiento” tiene origen francés de la palabra *entrepreneur*, cuya terminología proviene del latín vulgar in, en, y prendere cuyo significado es coger, atrapar, tomar (Azqueta Díaz de Alda, 2017). En 1803, aparece una definición ampliada sobre el emprendimiento como una “transferencia de recursos económicos de un sector de menos productividad a sectores de mayor productividad y un mayor rendimiento” (Hashimoto, 2006). Años más tarde, en 1986 aparece una definición de la palabra emprendedor donde es “aquel que toma riesgos y empieza algo nuevo” (Hisrishi, 2012).

Dicho lo anterior, esta definición se acerca mucho a la realidad, ya que, los retos y desafíos del presente obliga al emprendedor a adaptarse a un ambiente altamente competitivo y, sobretodo, innovar en él, pero no es solo necesario acoplarse y usar estrategias que permitan la innovación, sino también tener un conocimiento más profundo del entorno económico así como de sus variables determinantes, puesto que, estos sin duda alguna son factores determinantes del fracaso o éxito de los negocios (Chiavenato, 2005).

Los emprendimientos en Ecuador crecen exponencialmente y cada vez más toma mayor relevancia la formación de auténticos emprendedores en nuestro país; sin embargo, hay situaciones que se escapan de las manos de los empresarios y que muchas veces impiden un mejor desempeño, sobre todo de aquellos que desean empezar un negocio.

En la actualidad, Ecuador se encuentra en la posición 139 de 185 países en el Índice Doing Business, esto quiere decir que el ambiente de negocios no es del deseado del todo. Este resultado es un indicador claro de hacia dónde deberían ir las reformas, por ejemplo, disminuir el número de trámites que hacen falta para empezar una empresa, 13 en la actualidad, y además el costo que representan estas, pues sus valores están alrededor de los \$1300, es decir, cerca del 40% de lo necesario para empezar a operar (Andrade, 2012).

1.5.2 Obstáculos de los emprendimientos en América del Sur

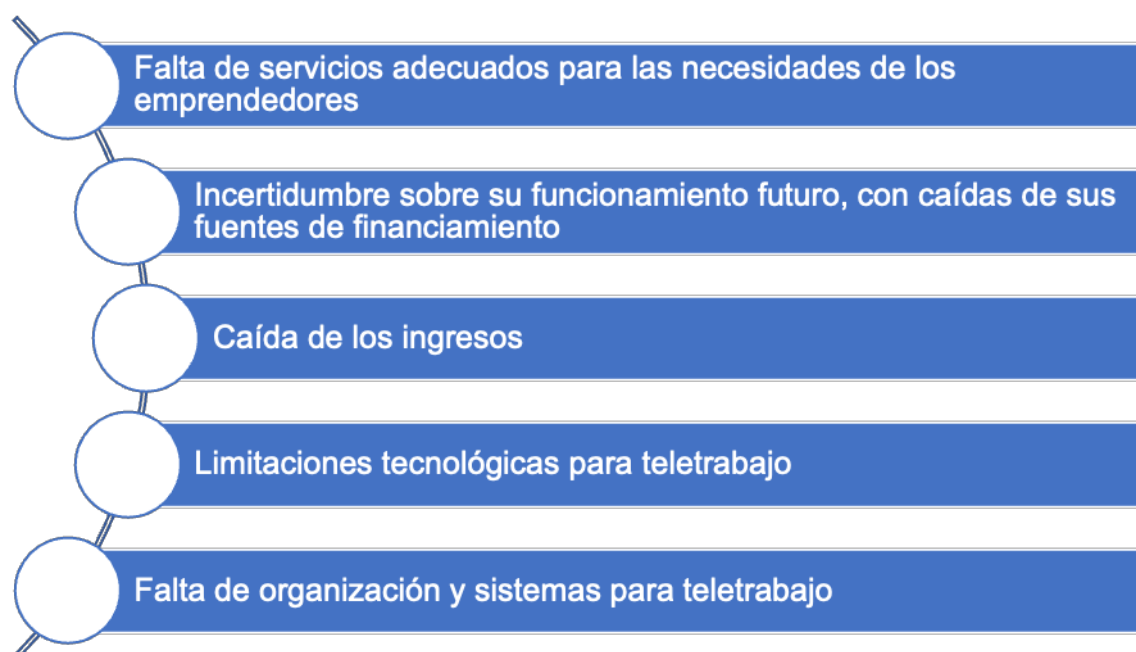
En el 2020, el mundo se vio forzado a detener sus actividades como ningún precedente antes debido a la pandemia del Covid-19. Es irrefutable que este contexto generó impactos negativos, de los cuales no escapan los emprendimientos, pues de acuerdo con (Kanti et al., 2020) el 53 % de los negocios que se dedicaban actualmente a vender dentro del mercado, dejaron de hacerlo, y por consecuencia 8 de cada 10 emprendimientos se ven fuertemente afectados por la crisis económica y política. De la misma manera, el 84% de los flujos de fondo

pertenecientes a los negocios locales, se ha visto muy deteriorado y por tal razón el 75 % redujo su actividad productiva significativamente (Andrade, 2012).

Además, junto con esta problemática, las economías han tenido que hacer frente a otros dilemas, los cuales se observan en la Figura 1. Esto evidencia que se han amplificado las debilidades de los emprendimientos acentuando las tensiones económicas, sociales y ambientales, directa e indirectamente; generando también impactos en el emprendedor y sus determinantes. De esta manera, la reducción del espacio de oportunidades conllevó a la disminución de la intención emprendedora causando que “siete de los 15 países de América Latina registren una caída en sus valores del Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico, entre ellos: Venezuela, seguida por Argentina, Brasil, México y Perú” (Kanti et al., 2020).

Figura 3

Obstáculos de los emprendimientos en América del Sur



Fuente: Kantis y Angelelli (2020, p. 10).

1.5.3 Medidas y otras fuentes que han ayudado a los emprendimientos

Los emprendimientos digitales, a pesar de las externalidades que afectan constantemente a su funcionamiento, y demás condiciones adversas dentro de la región de Latinoamérica, han logrado mantener e impulsar sus ideas y proyectos innovadores. Según (García-Madurga et al., 2021) entre los cambios que se pueden encontrar, prevalecen las tecnologías de información y comunicación, lo que se traduce a la construcción de nuevos modelos de funcionamiento de las empresas, acentuando el marketing digital, específicamente en operaciones de promoción, venta y entrega de productos y servicios, así como la incorporación de dispositivos de interconexión digital en los procesos productivos y en la interacción con los proveedores (Andrade, 2012).

Cabe recalcar que dentro de los últimos años, se han creado un número variado de emprendimientos los cuales sacan provecho de las tecnologías de información mediante alianzas estratégicas con plataformas digitales para el servicio de entrega a domicilio por medio de aplicaciones de delivery, para la comercialización de productos y servicios (Canvas, 2020). Esto da a entender la importancia y eficiencia de los canales digitales para facilitar la búsqueda de emprendimientos, la comercialización de diversos tipos de productos, y la permanencia al largo plazo de los negocios que se adapten bien a las externalidades presentadas.

Un ejemplo claro son el uso de redes sociales como Instagram, Facebook, Tiktok y Youtube para consumir contenido que sea dirigido a la educación en línea desde la comodidad del hogar. La gran cantidad de negocios utilizan dichas plataformas para presentar anuncios promocionales que fortalezcan e impulsen la comunicación y visualización del emprendimiento como tal.

De acuerdo con (Pérez-Calle et al., 2021), se agrupan un conjunto de recursos e innovaciones de hardware, software, telecomunicaciones o dispositivos electrónicos

interconectados para formar una red o herramienta común entre todos esos dispositivos que permite la acumulación de datos para sintetizar y generar información.

En resumen, crear negocios en la región se ha visto muy afectado por los continuos obstáculos exacerbados por la pandemia de Covid-19. Destaca en este panorama el caso del emprendimiento ecuatoriano, ocupando un lugar importante entre 2017 y 2019, cuando experimentó, entre otras cosas, un auge en la proporción de emprendedores nacientes y nuevos emprendedores, pero con cambios que aún están en evolución como resultado de la pandemias, durante este periodo de 2020 a 2021 (Lasio, Amaya, & Ordeñana, 2020).

De esta forma, el sistema económico ecuatoriano ha experimentado un desequilibrio en el contexto de una crisis sistémica provocada por dificultades en la obtención de materias primas, mano de obra calificada reducida o ausente, difícil acceso a financiamiento y procesos productivos que no son aptos para situaciones coyunturales de emergencia para ser ejecutados de manera remotas o automatizada (Useche-Aguirre et al., 2021).

En ese marco, señalan que el 53% de los que realizan ventas han cesado sus operaciones. Además, el 84% de los empresarios ha experimentado una disminución en el flujo financiero y el 75% ha reducido la actividad productiva. Para Morán (2020), las empresas aparecen por necesidad, y, por tanto, poseen poco presupuesto, además, la mayoría de los emprendimientos no llegan a sus primeros meses de funcionamiento y el 99% no crean puestos de trabajo porque son una fuente de auto solventación.

Capítulo 2

2.1 METODOLOGÍA

Para la elaboración del siguiente trabajo se utilizaron diferentes recursos tales como libros de texto, información obtenida a través de una investigación primaria y secundaria, métodos y fórmulas, lo que permitió llevar a cabo obtener un conocimiento general de los antecedentes y el desarrollo de cada uno de los objetivos con la finalidad de proporcionar soluciones adecuadas para el crecimiento y sostenimiento de los emprendimientos en la ciudad de Guayaquil.

Las herramientas utilizadas fueron las siguientes:

1. Análisis del Entorno
2. Diagrama Ishikawa (causa y efecto)
3. Investigación exploratoria
4. Investigación concluyente
5. Método muestral aleatorio
6. Investigación cuantitativa
7. Entrevistas estructuradas (grupos focales)
8. Herramientas financieras para proyección

Sin embargo, el principal método de investigación para el desarrollo general del trabajo como tal se basó en las investigaciones secundarias tales como: artículos, reportes y análisis a profundidad del tema a nivel nacional; e investigación primaria obtenida directamente de las personas involucradas, afectadas por el pobre desenvolvimiento de sus emprendimientos.

2.1.1. Análisis Entorno

Para analizar el macroentorno y examinar el panorama general de los emprendimientos creados en años pasados, se utilizó el Análisis PESTEL, puesto a que es una herramienta que

permitió entender los factores externos que estimularon a los ciudadanos a plantearse crear un negocio, tales como: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales.

El Análisis PESTEL es una herramienta de trabajo que ayudó a analizar las fuerzas externas que influyen a las empresas estudiadas con el fin de adaptar las estrategias actuales y nuevas para alcanzar los objetivos propuestos en un corto, mediano y, de ser posible, largo plazo (Fuente, 2022).

2.1.2. Diagrama de Ishikawa (Causa y efecto)

Con el objetivo de analizar más a fondo cuáles son los motivos que han provocado fracasos repentinos de los emprendimientos creados en los años anteriores, se utilizó la herramienta del diagrama de causa y efecto, o también conocido como Diagrama de Ishikawa. Dicha metodología es una herramienta que proporciona un apoyo para identificar problemas y darles una solución (Rodríguez, 2022). La principal fuente fueron las experiencias de los los emprendedores, obtenidas mediante un banco de preguntas abiertas y cerradas, en el cual se registró la opinión de los involucrados de acuerdo con la experiencia vivida. La finalidad de implementar el diagrama fue la creación de un análisis gráfico para tener una mayor comprensión de los problemas, sus causas y efectos.

2.1.3. Investigación exploratoria

Para el diseño de la investigación exploratoria se utilizaron datos secundarios obtenidos de investigaciones pasadas que indagaban sobre los emprendimientos creados y las causas tanto internas como externas que los afectaban. Sin embargo, con el fin de tener una opinión más certera y cercana, se realizaron entrevistas a profundidad.

Por tal razón, se realizaron 20 entrevistas con preguntas abiertas y no estructuradas a dueños de emprendimientos que hayan establecido un negocio propio desde el 2019 hasta la fecha; esto permitió obtener una perspectiva interna del vendedor frente a los problemas del

mercado, sus motivaciones, creencias y actitudes al momento de competir con grandes corporaciones y negocios similares; así mismo, como la facilidad y dificultad de crear, mantener, competir y patentar un emprendimiento nuevo dentro de un mercado repetitivo.

2.1.4. Diseño de investigación concluyente

Para el diseño de la investigación concluyente se buscó reafirmar la información general y específica obtenida de la investigación exploratoria con el fin de comparar las opiniones de los emprendedores en preguntas estructuradas y simples, de esta forma adquiriendo datos cuantitativos para el análisis a profundidad de las variables que hace énfasis a los objetivos.

Por lo tanto, se recopilarán los datos por medio de encuestas distribuidas de manera virtual a los mismos emprendedores con los que se participó en el focus group, aquellas que tuvieron y siguen teniendo emprendimientos desde el 2019 en la ciudad de Guayaquil. Con la herramienta digital Google Forms, se construirá un banco de preguntas que se las colocarán en un orden cronológico y por secciones, para que permita responder a la información relevante de forma clara y concisa.

2.2. Método Muestral aleatorio

Para poder realizar el análisis de la muestra se tomó en consideración que los participantes estén conformados emprendedores hombres y mujeres de 20 a 50 años de la ciudad de Guayaquil que actualmente cuenten un emprendimiento con un tiempo de vida entre 1 a 2 años.

Los participante de la muestra cumplían con los siguientes requisitos para ser considerados, como por ejemplo: tener actualmente al menos un emprendimiento dentro de la ciudad de Guayaquil sin importar el giro de negocio, que el emprendimiento ya se encuentre establecido en el mercado, que cuenten con solvencia económica para seguir sosteniendo el

negocio, y que tengan conocimiento acerca de las situaciones externas que afectan a los emprendimientos pequeños locales para que sean creados o se mantengan a flote.

Por tal motivo, se utilizó el tipo de muestreo no aleatorio con orientación al muestreo por conveniencia ya que de esta forma permitía mayor libertad en elegir el tipo de muestra de acuerdo con los criterios establecidos por los propios investigadores. Gracias a la técnica empleada, se permitió segmentar la población meta a los emprendimientos pequeños actualmente existentes en el mercado localizados en la ciudad de Guayaquil y que al menos tengan un tiempo de vida de 1 a 2 años.

2.2.1. Análisis de la muestra

De acuerdo con reportes estadísticos de El Universo, hasta el final del 2022 se registraron 37730 emprendimientos activos en Guayaquil, 2265 en Samborondón, en Durán 1167 y en Daule 648 (Reyes, 2022). Por tal razón, para estimar la muestra se utiliza la siguiente fórmula, tomando en consideración solamente la población de emprendimientos activos en la ciudad de Guayaquil.

$$n = \left(\frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}}{Pr} \right)^2 \times p \times q$$

Donde:

- **n** = es el tamaño de la muestra
- **$Z_{\frac{\alpha}{2}}$** = es el estadístico con el 95% de confianza de la muestra, el cual corresponde a un valor de 1.96
- **Pr** = es el margen de error del 5%
- **p** = proporción de la población (se toma el 0.5)
- **q** = probabilidad de fracaso 0.5 (1 – p)

$$n = \left(\frac{1.96}{5\%}\right)^2 \times 0.5 \times 0.5$$
$$n \approx 384$$

Por consiguiente, tomando en consideración un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, se realizaron aproximadamente 384 encuestas a los emprendimientos pequeños activos localizados en la ciudad de Guayaquil, con el fin de obtener la retroalimentación necesaria respecto a la solución de una aplicación de acompañamiento.

2.2.1.1. Estructura de la encuesta aplicada

El cuestionario enviado a los entrevistados contaba con un total de 10 preguntas cerradas estructuradas, dentro del cual: 4 preguntas eran de tipo demográficas, y 6 preguntas se basaban en las necesidades y deseos de los emprendedores frente a una posible solución referente a una aplicación móvil. La estructura del cuestionario se encentra de forma detallada en los anexos.

2.2.2. Investigación cuantitativa

El análisis de la investigación cuantitativa hacía referencia al objetivo 3 el cual buscaba realizar un estudio de mercado a través de encuestas con el objetivo de entender las necesidades de los emprendedores y sus clientes.

En el diseño de la investigación cuantitativa se buscó reunir datos importantes por medio de encuestas a emprendedores y personas que frecuentan la compra a dichas entidades con el fin de presentar la solución propuesta que facilitará el desarrollo del negocio y la conexión eficiente en la compra y venta. La recolección de datos fue llevada a cabo entre el lunes 15 al domingo 21 de enero del 2023.

Las encuestas fueron realizadas mediante la herramienta digital Google Forms y se enviaron de forma virtual a los dueños de los negocios y al público en general que realiza compras en emprendimientos pequeños. El total de las encuestas fueron tabulados en Google Forms y Microsoft Excel para el posterior análisis de la investigación.

2.2.3. Grupos Focales

Con el fin de lograr una retroalimentación completa y bien argumentada, en este apartado, se realizaron entrevistas en forma de grupos focales a los dos entes involucrados: el emprendedor, dueño del negocio propio, y el comprador, el cliente que frecuenta compras por internet.

El objetivo de las entrevistas fue mostrar un diseño preliminar de las aplicaciones que se están desarrollando y que los actores involucrados opinaran sobre aquellos factores que mejorarían, agregarían y quitarían dentro de la aplicación; así mismo, sus opiniones acerca de sus expectativas, deseos y que tan dispuestos estaban a utilizarla.

Capítulo 3

3.1. Análisis y resultados

3.1.1. Objetivo 1

Examinar a través de una investigación exploratoria el panorama general de los emprendimientos ecuatorianos desde los años 2019 al 2021 para que se tenga una perspectiva más amplia acerca de los involucrados.

3.1.1.1. Análisis Interno del Entorno

Fortalezas

- Infraestructura: Se refiere a los canales físicos que benefician al funcionamiento de los emprendimientos, tales como carreteras, acceso a telecomunicaciones, servicios básicos a menor costo, tecnologías de la información relativamente rápidas y eficientes, entre otros.
- Normas culturales: Hace referencia a la creatividad e innovación que tiene la población ecuatoriana respecto a una idea de negocio que deseen concretar. Se cuenta como fortaleza la iniciativa, responsabilidad y valoración del éxito personal.
- Educación/Capacitación empresarial: Ecuador, en los últimos años, ha buscado implementar en niveles de educación secundaria y superior materias relacionadas a emprendimiento, obteniendo un desempeño por encima de la media regional. Las instituciones de educación superior y especializadas ofertan un gran catálogo de servicios, los cuales van desde tutorías hasta guías personalizadas para la creación y manejo de nuevos emprendimientos.

Debilidades

- Políticas gubernamentales: No hay leyes o políticas para proteger y ayudar a los nuevos emprendimientos que han emergido durante los años pasados, especialmente, aquellos en tiempos de la pandemia. Los trámites administrativos son extensos y los impuestos son barreras que imposibilitan el crecimiento esporádico de los emprendimientos nuevos.

- Apoyo financiero: La mayoría del financiamiento de los emprendimientos provienen de amigos y familiares, pues existe un escaso financiamiento proveniente del sector privado y público al no haber programas especializados que apoyen las ideas innovadoras. Por ejemplo, no hay financiamiento por medio de las bolsas de valores y de forma paralela, la financiación colectiva no es un método altamente conocido y aplicado en el mercado.
- Investigación y desarrollo: Dentro del entorno hay un pobre acercamiento a la inversión en tecnologías de información y desarrollo. Dentro de las empresas, las áreas científicas y tecnológicas no cuentan con los recursos suficientes para explotar sus hallazgos; el acceso a la tecnología es altamente costoso, porque existe apoyo insuficiente de parte del gobierno para explotar los conocimientos necesarios.

3.1.1.2. Análisis PESTEL

Factores Políticos

- Financiamiento gubernamental
- Políticas que contribuyen al fortalecimiento de la creación de emprendimientos
- Programas de capacitación

Factores Económicos

- Escasez en el mercado laboral
- Posibilidad de obtener ingresos extras
- Precios relativamente económicos en comparación con las grandes corporaciones
- Inflación

Factores Sociales

- Existe un sinnúmero de negocios que ofrecen el mismo producto o servicio
- Crecimiento personal del emprendedor

Factores Tecnológicos

- Mayor interacción con los usuarios por medio de redes sociales

- Mayor accesibilidad a información secundaria
- Falta de innovación para adaptar las ideas de negocio con las Tecnologías de Información

Factores Ambientales

- Efectos negativos causados por la pandemia del Covid-19
- Políticas ambientales en donde el producto o servicio que se ofrezca debe ser biodegradable

Factores Legales

- Complejidad en el proceso de inscripción de nuevos negocios en el Registro Nacional de Emprendedores
- Leyes tributarias

A raíz del Análisis PESTEL realizado, se pudo identificar los principales motivos por los que las personas buscan emprender en un negocio nuevo: porque existe escasez en el mercado laboral, porque los emprendimientos están ligados a familiares, porque se buscan obtener ingresos adicionales para sobrellevar los gastos y, por último, los emprendedores tienen el objetivo de cumplir un propósito social (ESPOL, 2020).

3.1.1.3. Percepciones y motivaciones

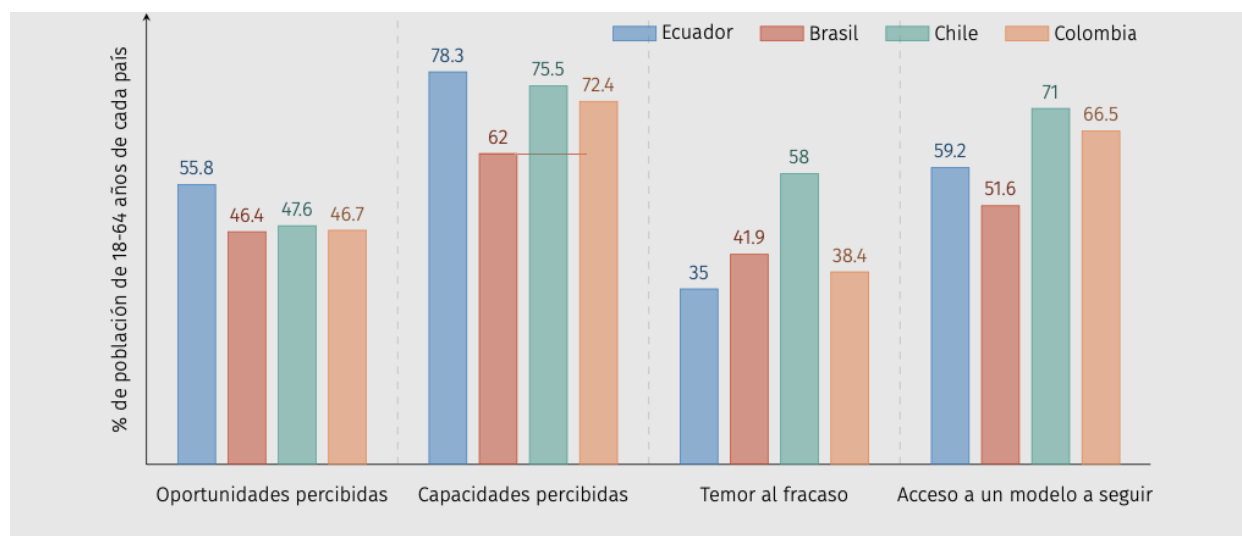
Según datos del GEM, en Ecuador existen varias fases dentro del proceso de emprendimiento según el grado de madurez con respecto al tiempo: potencial, intencional, naciente, nuevo, y establecido (Lasio, et al., 2020). En principio, la fase potencial son ideas de negocios que tienden a ser acentados dentro de 6 meses. La fase intencional son aquellas ideas de emprendedores que serán desarrolladas dentro de un plazo de 3 años. La fase naciente se refiere a los emprendimientos que han ido desarrollándose por más de 1 año, sin embargo, dentro del mercado solo han operado hasta máximo 3 meses. Seguido se encuentran los emprendimientos nuevos, hace referencia a los negocios que han trabajado en el mercado en un plazo de 3 a 42 meses, es decir, antes de los 4 años. Por último, se encuentran los

emprendimientos establecidos los cuales hacen alusión a los negocios nacionales que tienen un segmento de mercado delimitado con una clientela recurrente y tienen experiencia de más de 4 años; estos son el apartado al que todo negocio en proceso de creación desea llegar.

Parte importante del panorama general de los emprendimientos en los años estudiados, es que los estudios del GEM basaron su análisis de percepciones individuales de los emprendedores en 5 aspectos: conocimiento del emprendedor, buenas oportunidades dentro del mercado, facilidad para emprender, percepción de capacidades y miedo al fracaso (Lasio et al., 2020).

Figura 44

Indicadores de percepción individual



Nota: Elaborado por Global Entrepreneurship Monitor, 2019.

De acuerdo a la Figura 4, en el año 2019, el 55.8% de la población de Ecuador, considera que hay bastantes oportunidades para emprender un negocio y, por ende, lo han tratado de hacer. Por otro lado, el 78.3% de la población considera que posee los conocimientos y capacidades pertinentes para empezar un emprendimiento de forma exitosa, un pensamiento

que ayuda a la motivación de los emprendedores para al menos tratar de hacerlo. Como se ha mencionado anteriormente, la población ecuatoriana tiene un alto porcentaje de TEA, por lo que, sin importar el tipo de producto o servicio, se busca la forma de llegar al cliente, y este dato tiene relación con el porcentaje al temor al fracaso que es solamente un 35%, menor en comparación con países de Latinoamérica como Chile y Brasil. Finalmente, el 59.2% de la población, por lo menos, conoce a un emprendedor, de quien puede acceder a opiniones y criterios de cómo desarrollar su propio emprendimiento.

3.2.1. Objetivo 2

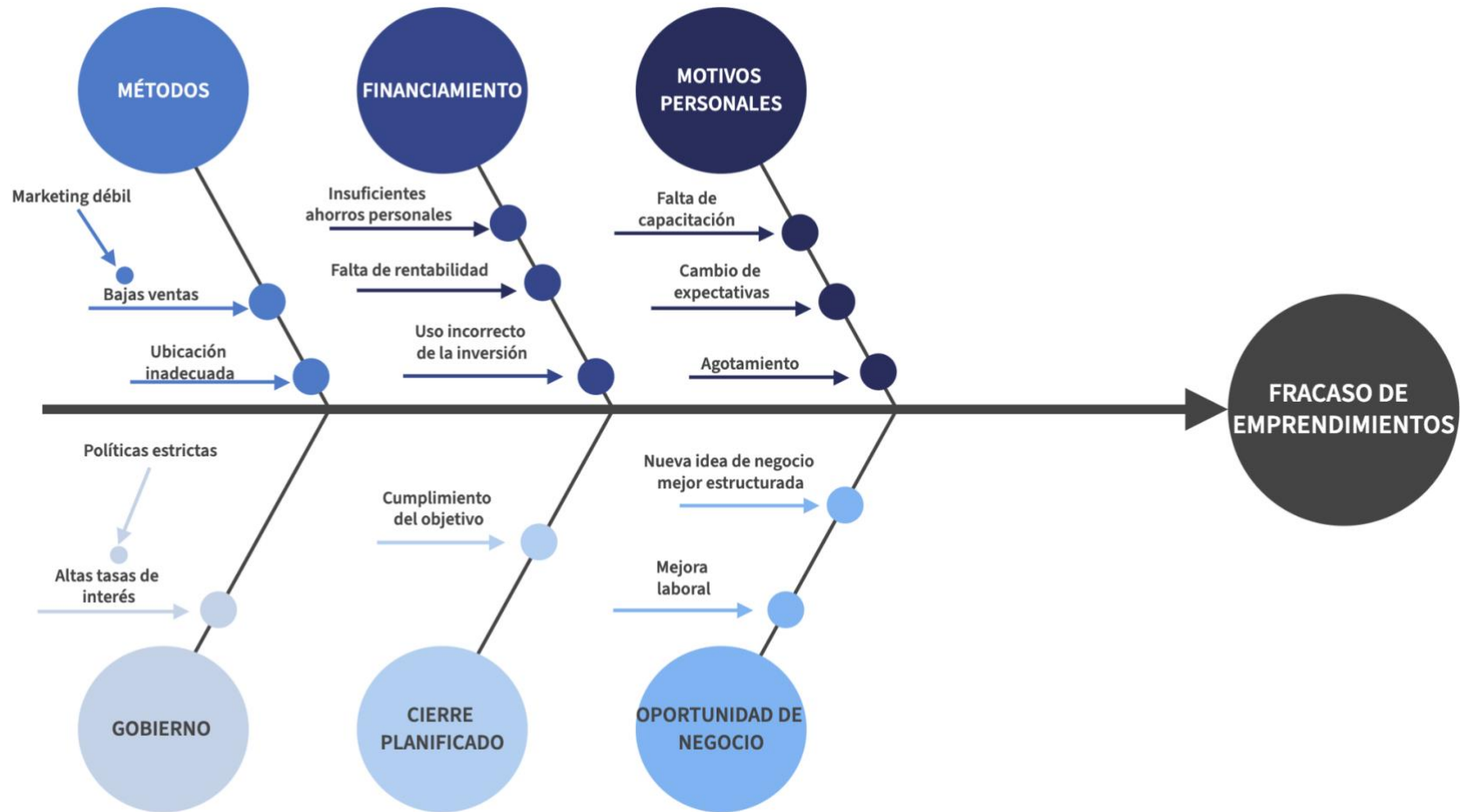
Analizar por medio de un diagrama de causa y efecto de las razones detrás de los fracasos de los emprendimientos durante los años 2019 al 2021 para que sean de guía en la creación de una propuesta de valor.

3.2.1.1. Diagrama de Ishikawa

A continuación, se presenta el diagrama de causa y efecto con la información obtenida de las encuestas dirigidas a las personas que han tenido y siguen teniendo emprendimientos. La implementación de dicho diagrama proporciona claridad para identificar los problemas y prevenirlos, así como también, el intercambio de técnicas empleadas y experiencias descritas.

Figura 55

Diagrama de Ishikawa



Fuente: Autoría Propia.

3.2.1.2. Motivos personales

A efectos de identificar posibles causas detrás del fracaso de los emprendimientos ecuatorianos, se procedió a colocar algunos conjuntos de categoría que vendrían a denominarse las “causas principales”. La primera de estas se la catalogó como los Motivos Personales. En ella se identificó que, a pesar de saber lo que conllevaba emprender, los encuestados no poseían los conocimientos requeridos ni suficientes para ejercerla adecuadamente. Lo poco que conocían era gracias a una investigación propia y a la ayuda que recibieron durante sus estudios universitarios. El 43% de los encuestados desconocían la existencia de instituciones especializadas en el campo de emprendimiento e innovación. Además, el 29% no ha tomado alguna capacitación dada la consideración de falta de tiempo.

3.1.1.1.1 Financiamiento

Una de las causas más importantes a considerar es el financiamiento que involucra emprender. Responder a preguntas de cómo y dónde obtener los recursos para poner en marcha y que éste sea sustentable a corto plazo es quizás, lo más sensible para alguien con muchas dudas y poco conocimiento. El 68% respondió que recurrieron a sus ahorros personales para su emprendimiento, y apenas el 27% indicó haber recibido ayuda por parte de instituciones bancarias a través de préstamos.

3.1.1.1.2 Métodos

Continuando con las principales causas que conllevan al fracaso de los emprendimientos, se encuentran los métodos, que son aquellos que se aplican para impulsar y promover un negocio nuevo. Como se puede observar en el diagrama, los emprendimientos que fracasaron entre el 2019 al 2021 fueron porque no aplicaron la correcta metodología, enfoque y propuesta al mercado, especialmente, a la segmentación de clientes a la que iba dirigido el giro de negocio seleccionado.

Tal es el caso de tener una ubicación inadecuada o no tener una ubicación física, lo cual perjudica al negocio, ya que no posibilita al cliente encontrarlo fácilmente y, por ende, buscará diferentes opciones para satisfacer sus necesidades. Así mismo, si la ubicación no está pensada de forma estratégica para que esté al alcance y visualización del cliente meta, este pasará desapercibido y no conseguirá los objetivos planteados.

Por otro lado, se encuentran las estrategias de marketing que, si no son bien analizadas y aplicadas a la segmentación de mercado escogida, pueden no dar el mensaje correcto o simplemente no llegar a la cantidad de clientes esperados. El marketing posibilita convencer a los potenciales clientes de comprar sus productos o servicios; si la estrategia que se utiliza es débil o escasa, el negocio no tendrá grandes posibilidades de crecer y de destacar frente a la competencia, por tal razón, al tener un impacto negativo, puede llevar a bajas ventas del producto y a que el emprendimiento se le dificulte mantenerse en el mercado en un largo plazo.

3.1.1.1.3 Gobierno

La siguiente causa que puede afectar de forma indirecta al fracaso de los emprendimientos es el Gobierno, pues es la entidad que en muchas ocasiones sirve de apoyo para pequeños emprendimientos que desean iniciar sus actividades dentro de un mercado. Sin embargo, depende de las facilidades que proporcione el Gobierno, para que el proceso de emprender un negocio sea factible y fluido.

Para el caso de Ecuador, según la perspectiva de los emprendedores, no cuentan con un apoyo gubernamental considerable para financiar su negocio, en vez, recurren a ahorros personales y financiamiento por parte de conocidos o familiares para evitar las tasas de intereses de una deuda a un plazo de tiempo determinado.

Ecuador, en comparación con otros países de Latinoamérica, tiene los índices más bajos con respecto a las políticas públicas referentes a: financiamiento para emprendedores, apoyo gubernamental, impuestos y burocracia, programas gubernamentales, y normas (Lasio, Amaya, & Ordeñana, 2020). De acuerdo con el diagrama, se demuestra que el Gobierno es considerado un factor negativo que influye al fracaso de emprendimientos en creación, simplemente por la falta de apoyo que concede a las personas. Mientras más complicado o más trabas existan, menos emprendimientos se mantienen o terminan creándose.

3.1.1.1.4 Cierre Planificado

Otras de las causas que conllevan al fracaso de un emprendimiento es el cierre planificado del negocio. A pesar de que no necesariamente es una causa negativa, un cierre planificado empieza por la decisión propia del encargado del negocio y puede contener varios aspectos. Por un lado, puede existir la falta del cumplimiento del objetivo propuesto; si el negocio no cumple con las expectativas en el corto plazo, el dueño planifica mantener el emprendimiento hasta cierto periodo.

Por otro lado, el agotamiento también es una de las sub-causas que conllevan a un cierre planificado ya que el mantener un emprendimiento en completo funcionamiento y de forma exitosa puede ser agotador y llega a afectar al rendimiento esperado, tomando no siempre las decisiones correctas.

La falta de equilibrio entre los ingresos y gastos también es una sub-causa que conlleva al cierre planificado. Si un negocio no funciona como lo esperado y empieza a acumular más pérdidas que ganancias, es inevitable que la decisión más acertada que se pueda tomar es la finalización total de las actividades con el fin de no seguir prolongando la difícil situación por más tiempo.

3.1.1.1.5 Oportunidad de Negocio

Finalmente, la causa general de Oportunidad de Negocio hace referencia a que, en el transcurso del tiempo, suelen aparecer nuevas y mejores ideas de negocio que terminan siendo más atractivas para quien desea ejecutarlas. Esto suele pasar por la búsqueda de mercados más llamativos y procesos de adaptación a nuevas necesidades. Para finalizar, otro factor importante es cuando se presentan oportunidades laborales que se traducen en prosperidad y éxito profesional para los individuos. Cuando estas oportunidades superan los beneficios de quienes poseen un emprendimiento, es cuando sucede la desaparición del negocio.

3.1.2 Objetivo 3

Realizar un estudio de mercado para el diseño de una aplicación móvil que utilicen los emprendimientos de la ciudad de Guayaquil donde se desarrollen y socialicen para acercarse a su mercado meta.

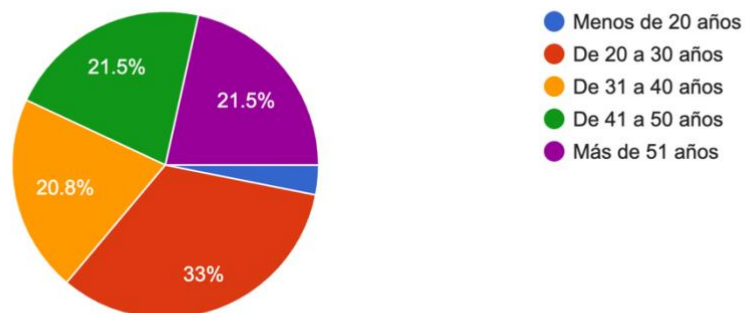
3.1.2.1 *Resultados adquiridos de los cuestionarios*

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a la muestra seleccionada en la ciudad de Guayaquil:

- **Edad de los encuestados:**

Figura 66

Rango de edad de los encuestados



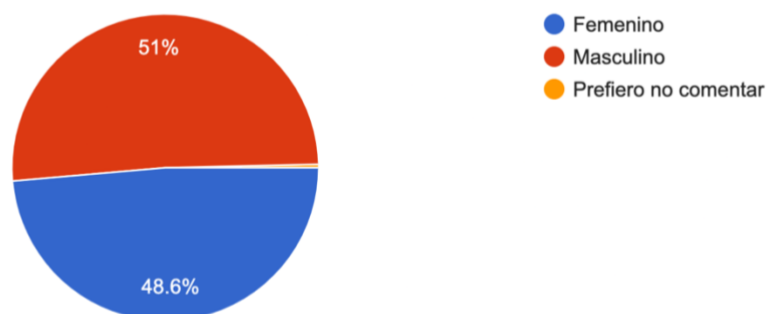
Fuente: Autoría Propia.

De acuerdo a los datos recolectados, la mayoría de los encuestados oscilan en el rango de edad entre los 20 y 30 años con un 33% del total, sin embargo, no es mucha la diferencia ya que los demás rangos de edad cuentan con porcentajes similares entre el 21% y el 22%. La menor cantidad de encuestados son aquellos menores a 20 años con menos del 5% del total.

- **Género de los encuestados:**

Figura 77

Género de los encuestados



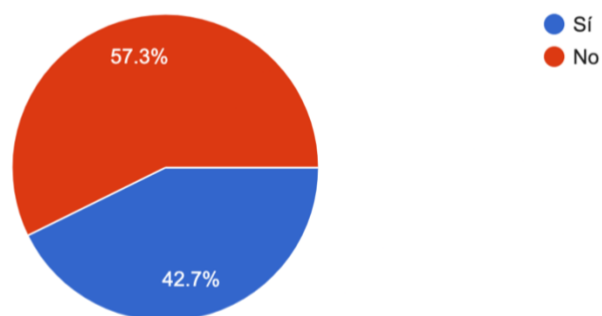
Fuente: Autoría Propia.

De acuerdo a los datos recolectados, el género que predominó en las encuestas fue el masculino con un 51% del total. El resto perteneció al género femenino. En términos generales se puede observar la equidad entre los dos géneros. No hubo respuestas de otros tipos de género.

- **Situación actual de los encuestados:**

Figura 88

¿Es emprendedor?

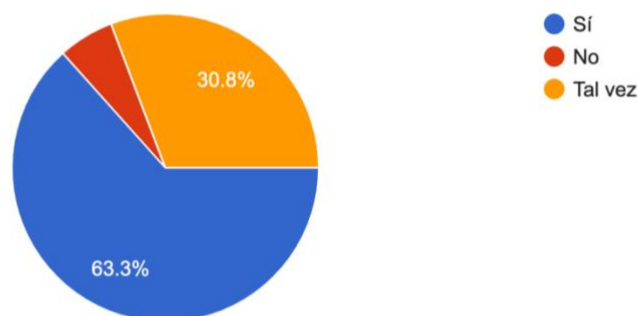


Fuente: Autoría Propia.

De acuerdo a los datos recolectados, de todas las personas encuestadas, solamente el 42.7% es actualmente emprendedor de su propio negocio, por consiguiente, el 57.3% solamente son personas naturales que realizan compras a emprendimientos, entienden del tema, pero no lo practican.

Figura 99

¿Le gustaría emprender?



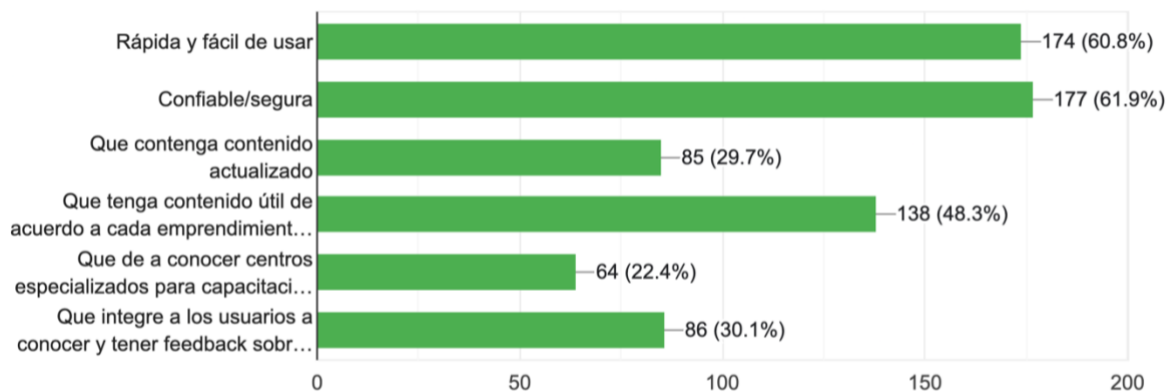
Fuente: Autoría Propia.

Según los datos recolectados, a partir de la pregunta anterior, aquellos encuestados que respondieron a no ser emprendedores, el 63.3% estaría dispuesto a emprender. Y de la misma manera, el 30.8% de los que no son emprendedores, tienen dudas para empezar un negocio propio. Como se ha mencionado anteriormente, la población ecuatoriana cuenta con el deseo de emprender, pero en la mayoría de los casos no tienen el conocimiento suficiente para hacerlo y mantenerlo al largo plazo. Claramente se ve reflejado que un porcentaje pequeño (menos del 5%) no les gustaría emprender.

- **Atributos deseados en la aplicación:**

Figura 1010

Atributos más deseados en una aplicación de acompañamiento de negocios



Fuente: Autoría Propia.

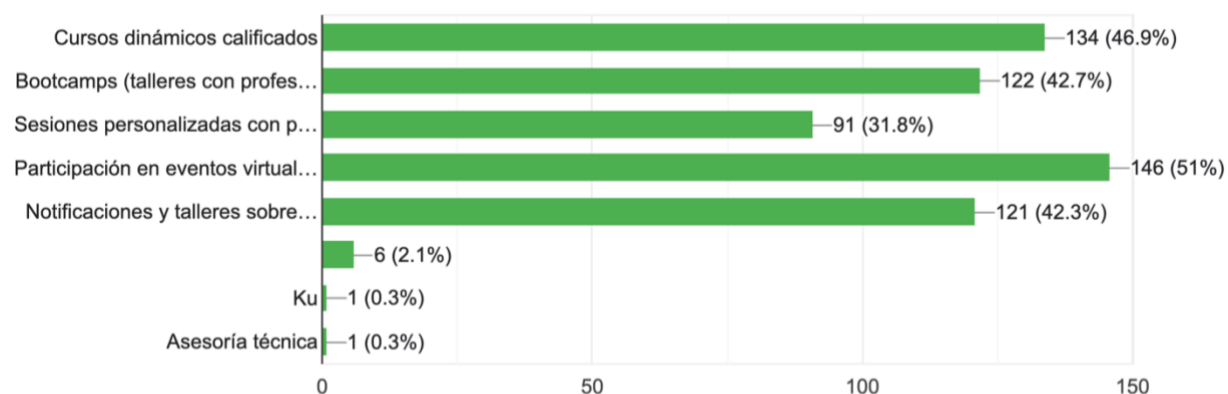
Tomando en consideración el tema de implementar una aplicación de acompañamiento para negocios con el fin de facilitar el trabajo de administración de emprendimientos, de acuerdo con los encuestados, los 3 atributos más significativos que ellos desearían ver en la aplicación son: confiable y segura (61.9%), rápida y fácil de usar (60.8%), que cuente con contenido variado como plantillas de Excel, cursos, manuales, etc (48.3%).

Por el contrario, los atributos menos seleccionados fueron: el contenido actualizado (29.7%) y que proporcione información de centros de especialización presencial (22.4%). Con esta información se puede inferir que la mayoría de usuarios prefiere que toda la información se encuentra en un único lugar, colgada en la nube a la que puedan tener acceso de manera inmediata a la hora deseada y no recurrir a otros métodos para buscarla en otros sitios.

- **Tipos de actividades deseadas en el aplicativo:**

Figura 1111

Tipo de actividades deseadas para emprendedores



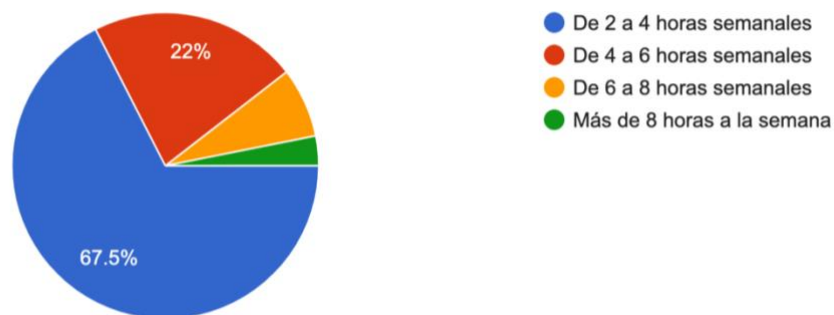
Fuente: Autoría Propia.

Siguiendo en línea con la implementación de una aplicación para que los emprendedores manejen de forma óptima el desarrollo de sus negocios, de acuerdo a sus respuestas, el tipo de actividades más seleccionadas fueron: las participaciones en evento virtuales, con un 51%, los cursos dinámicos calificados, 46.9%, y los bootcamps, con un 46.9% del total. Se puede observar que, mientras dichas actividades se realicen de forma constante y dinámica, los emprendedores estarán motivados e interesados. Adicional a ello, se dio paso a que se coloquen actividades adicionales sugeridas, tales como KU Leuven y asesorías técnicas.

- **Tiempo de inversión en cursos de aprendizaje:**

Figura 1212

Tiempo disponible a dedicar en los cursos



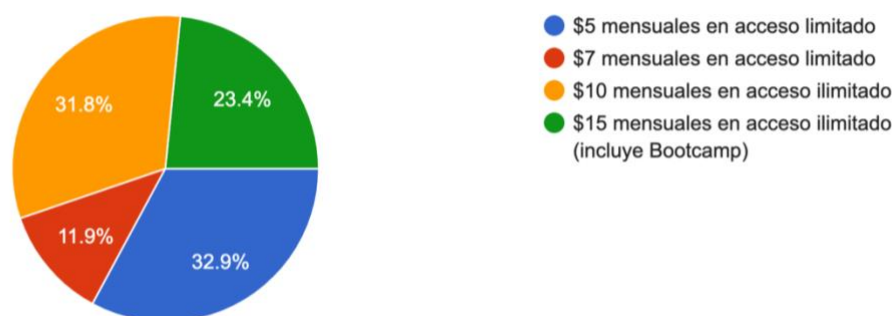
Fuente: Autoría Propia.

De acuerdo a los encuestados, el tiempo que estarían dispuestos a invertir en capacitaciones y cursos relacionados al emprendimiento es de 2 a 4 horas semanales, con un total del 67.5% del total. Como máximo, estarían dispuestos a tomarse hasta 6 horas de la semana, sin embargo para este último rango solo el 22% está de acuerdo. Se puede inferir que los actuales y futuros emprendedores quieren capacitarse pero desean hacerlo en un tiempo reducido con el fin de destinar más horas de su tiempo disponible al desarrollo de su negocio.

- **Capacidad económica para pagar en el aplicativo:**

Figura 1313

Rango económico dispuestos a pagar en un aplicativo de acompañamiento



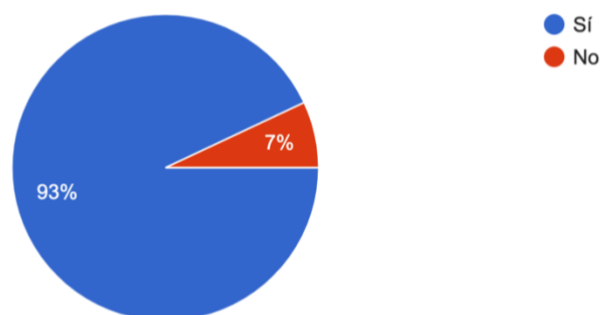
Fuente: Autoría Propia.

Tomando en contextos anteriores, la aplicación le brindará acceso a un vasto número de actividades, cursos, plantillas, e información general y útil para manejar su emprendimiento. De acuerdo a las encuestas realizadas, el 32.9% estaría dispuesto a pagar un monto mensual de \$5 por un acceso limitado. En cambio, por acceso ilimitado a todo el contenido de la aplicación, los actuales y futuros emprendedores, 31.8% del total, estarían de acuerdo a pagar un monto más elevado, siendo este \$10 mensuales. Existe una pequeña proporción de encuestados correspondientes al 23.4%, que podrían aportar \$15 mensuales para el acceso ilimitado pero adicinando Bootcamps.

- **Deseo de interactuar con otros usuarios:**

Figura 1414

Deseo de interacción con otros emprendedores usuarios



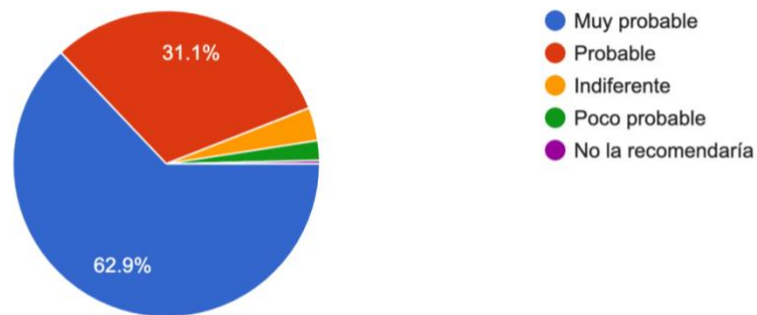
Fuente: Autoría Propia.

De acuerdo a las encuestas realizadas, el 93% de las personas desean que dentro de la aplicación de acompañamiento exista la oportunidad de interactuar con otros usuarios en donde se pueda compartir información relacionada a su trayecto, su progreso, y cualquier otro tipo de ayuda. En pocas palabras, se crearía una red de contactos donde todos los emprendedores que participen se puedan ayudar de acuerdo a sus necesidades.

- **Recomendaciones del aplicativo a otros emprendedores:**

Figura 1515

Disposición del emprendedor para compartir el aplicativo



Fuente: Autoría Propia.

De acuerdo a las encuestas realizadas, si la aplicación resulta de mucha ayuda para el desarrollo de su negocio en un mediano a largo plazo, el 62.9% estaría muy dispuestos a compartirla con otros dueños de emprendimientos, amigos y colaboradores. El 31.1%, a pesar de tener poca seguridad, también estarían de acuerdo en compartir la aplicación con demás grupos de personas.

3.1.2.2 Prototipado

Descripción del MVP (Producto Mínimo Viable)

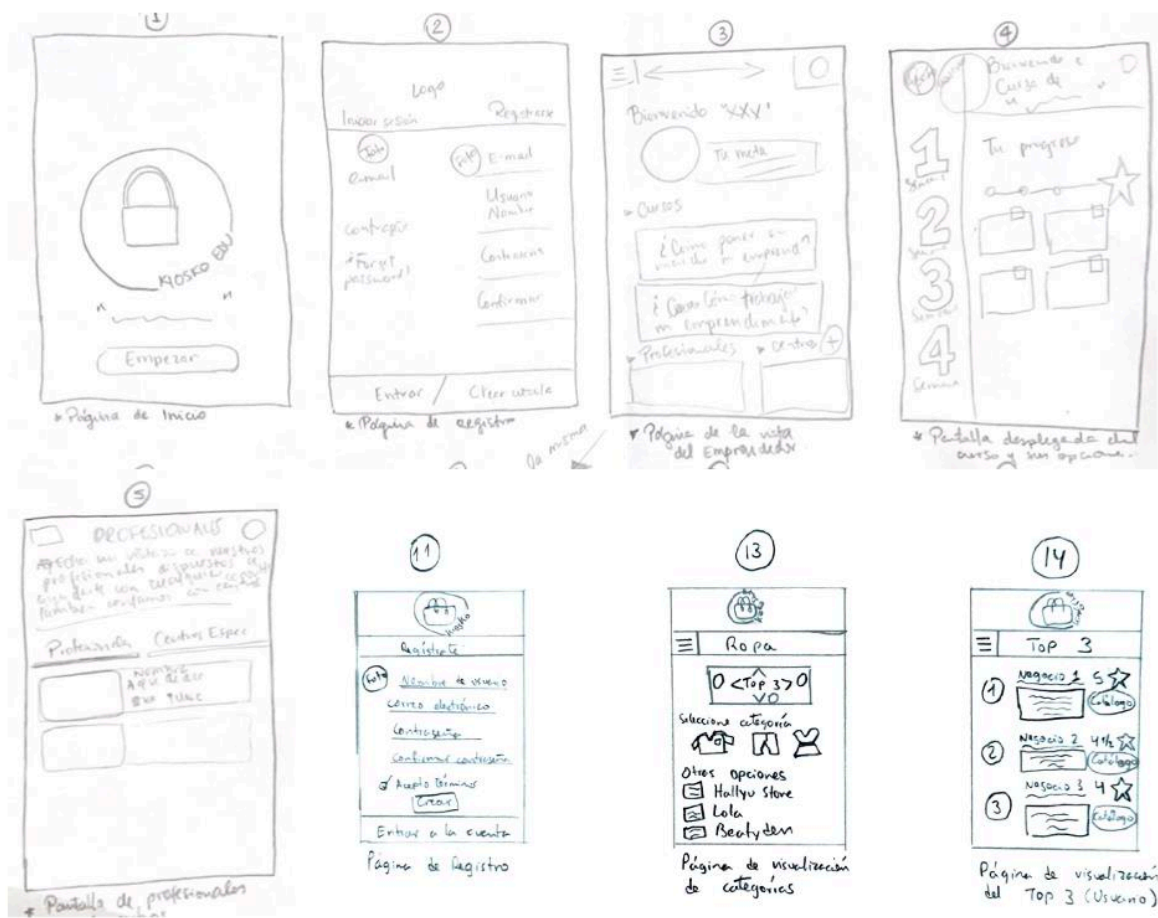
Una vez concluída la fase de encuestas, a partir de las opiniones de los actores, se identificaron algunos insights que permitieron la elaboración del Producto Mínimo Viable, o por sus siglas en inglés "MVP". Se define al MVP como al prototipo de un producto sin mostrar la versión final y detallada de este. Hacer uso de este elemento tuvo como objetivo de conocer los

requerimientos de los emprendedores, ya que ellos serán los encargados de promover la solución propuesta entre los usuarios (Toledo, 2022).

El prototipo de baja fidelidad fue realizado a través de bocetos donde representamos las pantallas principales que los usuarios visualizarán al momento de descargar la aplicación móvil. Los siguientes bocetos son de # pantallas, las cuales especifican a qué pantalla hace alusión, con el fin de enseñar el mapa de navegación dentro de la aplicación.

Figura 1616

Prototipo de baja fidelidad



Fuente: Autoría propia.

Prototipo de alta fidelidad

Para la elaboración de la estrategia de validación se llevó a cabo el método por “Focus Group”, a través de medios digitales debido a su alcance, el cual nos sirvió para recibir el feedback acerca de la propuesta. Los participantes que fueron considerados fueron personas con ganas de emprender y con un emprendimiento ya funcionando, además se tomó en consideración al público en general como compradores.

Gracias a este procedimiento, se pudo conocer la percepción de los usuarios, ayudándonos a direccionar favorablemente la aplicación a nuestro mercado objetivo, también se obtuvieron recomendaciones que nos conllevó a realizar mejoras al MVP, pudiendo armar el prototipo de alta fidelidad, el cual es una visión final de la propuesta.

Figura 1717

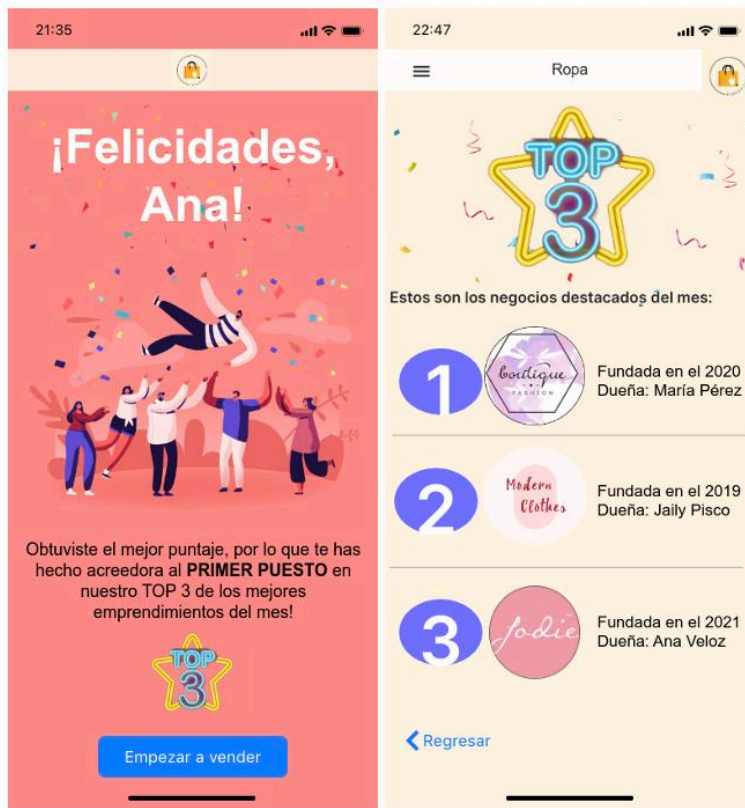
Prototipo de alta fidelidad de Kiosko Edu



Fuente: Autoría propia.

Figura 1818

Prototipo de alta fidelidad de Kiosko Shop



Fuente: Autoría propia.

3.1.3 Objetivo 4

Evaluar mediante herramientas financieras la factibilidad económica de la propuesta y la incidencia de esta sobre el rendimiento de los emprendimientos en un plazo proyectado entre el 2023 al 2026 para que se logre el éxito deseado.

A continuación, en el capítulo 4, se presentarán los análisis financieros que sustentan la viabilidad de la propuesta que dará como solución al desarrollo y manejo de los emprendimientos en el largo plazo, y la facilidad para los compradores digitales de buscar los negocios que más se adecuen a sus necesidades.

Capítulo 4

4.1. Viabilidad financiera

En este capítulo se procesarán los datos de las encuestas, transformándolos en análisis financieros que validen la viabilidad monetaria del proyecto en cuestión.

4.2. Capital inicial requerido para el proyecto

El presente proyecto requiere de una inversión de \$ 16.428,95 provenientes de la necesidad de los siguientes recursos:

Tabla 1

Capital inicial requerido

Cuenta Contable	Detalle	Valor
Activos fijos	Compra de mobiliario, vehículos y equipos	\$ 8.050,00
Activos diferidos	Registro de patente y derecho de marca	\$ 3.026,00
Gastos Fijos	Sueldos, servicios básicos y demás gastos operacionales fijos	\$ 5.352,95
Total Capital Inicial requerido		\$ 16.428,95

Nota. Cálculos referentes al capital inicial requerido. Autoría propia.

La necesidad de capital está compuesta por compra de mobiliario y equipos que se contabilizan como activos fijos, los mismos que se detallan a continuación:

Tabla 2*Detalle de gastos fijos*

Cuenta contable	Subcuenta	Descripcion del Activo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1524 Equipo de Oficina	152405 Muebles y enseres	Escritorios	1	\$ 180,00	\$ 180,00
		Sillas de escritorio	2	\$ 40,00	\$ 80,00
		Sillas ejecutivas	1	\$ 120,00	\$ 120,00
		Proyector	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Total de Equipo de Oficina				\$ 415,00	\$ 455,00
1528 Equipo de Computación y Comunicación	152805 Equipo de procesamiento de datos	Computador BDI Pentium 4GB/1TB/DVDWR/TM/UBUNTU	2	\$ 720,00	\$ 1.440,00
		Impresora multifuncion	1	\$ 420,00	\$ 420,00
		Regulador de voltaje	1	\$ 60,00	\$ 60,00
		Espacio en nube Google Cloud para Back-ups, desarrollos	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
		Diseño de aplicativo, PC Suite, Hosting y almacenamiento de datos	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
	152810 Equipo de Telecomunicaciones	Celulares Samsung J5	2	\$ 460,00	\$ 920,00
	152825 Líneas telefónicas	Cableado y estructurado de red telefonica, redes de enlace de internet y conectividad	1	\$ 55,00	\$ 55,00
Total de Equipo de Computación y Comunicación				\$ 6.415,00	\$ 7.595,00
Total Activo Fijo Requerido				\$ 6.830,00	\$ 8.050,00

Nota. Desglose de los gastos fijos. Tabla de autoría propia.

Se observa que las principales inversiones que se realizarán en el activo fijo es en el rubro de equipos de computación y comunicación, siendo la subcuenta de procesamiento de datos en donde se contabilizará el desarrollo del software y almacenamiento de datos de la aplicación. Siendo los activos fijos, valores depreciables, se detalla las depreciaciones de los activos a adquirir:

Tabla 3*Depreciación del activo fijo*

Cuenta Contable	Años de Vida útil	% Depreciación	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Equipo de Oficina	10	10%	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50
Equipo de Computacion y Comunicación	3	33,33%	\$ 2.531,67	\$ 2.531,67	\$ 2.531,67							
Totales			\$ 2.577,17	\$ 2.577,17	\$ 2.577,17	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50
Depreciación Acumulada			\$ 2.577,17	\$ 5.154,33	\$ 7.731,50	\$ 7.777,00	\$ 7.822,50	\$ 7.868,00	\$ 7.913,50	\$ 7.959,00	\$ 8.004,50	\$ 8.050,00

Nota. Desglose de la depreciación de los activos fijos a 10 años. Tabla de autoría propia.

De igual manera se requiere registrar la patente del desarrollo del código fuente del aplicativo lo que implica la inversión de activos intangibles o diferidos.

Tabla 4*Detalle de Activo Diferido*

Detalle	Costo
Búsqueda de fonética para determinar autenticidad y exclusividad	\$ 18,00
solicitud de Registro o concesión de derecho de marca (duración 10 años)	\$ 208,00
Registro de marca de certificación	\$ 400,00
Registro de constitución, notarización de actas y nombramientos	\$ 1.600,00
Fondo de constitución de la compañía	\$ 800,00
Total Inversión de Activos Intangibles	\$ 3.026,00

Nota. Desglose de los costos de los activos diferidos. Tabla de autoría propia.

En el detalle de los activos diferidos intangibles, se destacan los derechos de patente y registro de marca para el desarrollo de la aplicación, este trámite se lo hace a través de Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), y se encuentran regulados por la Ley de Propiedad Intelectual en la cual el dueño de la marca registrada del servicio tiene derecho a (SENADI, 2022):

- Protección de la marca en toda la República del Ecuador,

- Derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en nuestro país,
- Permite restringir la importación de bienes que utilicen marcas iguales o parecidas al signo registrado por el titular, por suponer que infringen derechos de Propiedad Intelectual,
- Derecho de otorgar licencias a terceros y de cobrar regalías,
- Derecho de franquiciar su producto o servicio;
- Entre otros.

Por otro lado, la inversión total requerida se concluye con el flujo necesario para cubrir los gastos fijos detallados a continuación:

Tabla 5

Detalle de Gastos Fijos

GASTOS FIJOS		
CONCEPTO	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Gasto de Servicios Básicos (Luz, Agua, Internet y telefonía)	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Gasto, permisos, patentes y permisos entidades de control	\$ 210,00	\$ 2.520,00
Gasto Materiales de Oficina	\$ 50,00	\$ 600,00
Gasto Materiales y Suministros.	\$ -	\$ 950,00
Gasto de Capacitación	\$ 40,00	\$ 2.880,00
Gasto de Alquiler y adecuaciones de instalaciones	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Totales	\$ 900,00	\$ 14.150,00

Nota. Desglos de los gastos fijos mensuales y anuales. Tabla de autoría propia.

Los gastos fijos requeridos para la creación del plan de negocio giran entorno a los gastos básicos, sueldos y salarios, gastos de permisos, materiales, capacitaciones y gastos de alquiler.

Tabla 6

Detalle de gastos de personal

Cargo	Tipo de Gasto	Sueldo mensual	Número de Trabajadores	Horas Extras	Comisiones	Remuneración
Gerencia Comercial	Ventas	\$ 700,00	1	\$ -	\$ -	\$ 8.400,00
Gerencia Administrativa	Administrativo	\$ 700,00	1	\$ -	\$ -	\$ 8.400,00
Contador /Administrador	Administrativo	\$ 350,00	1	\$ -	\$ -	\$ 4.200,00
Vendedor 1	Ventas	\$ 700,00	1	\$ -	\$ -	\$ 8.400,00
Desarrollador de aplicaciones	Ventas	\$ 650,00	1	\$ -	\$ -	\$ 7.800,00
Programador	Ventas	\$ 550,00	1	\$ -	\$ -	\$ 6.600,00
Totales	-	\$ 3.650,00	6	\$ -	\$ -	\$ 43.800,00

Nota. Desglose de los gastos personales como sueldos. Tabla de autoría propia.

En cuanto al gasto de personal, se están requiriendo seis personas para administrar y operar el plan de negocios.

4.2.1. Financiamiento del capital requerido

Como se ha evidenciado en el capítulo anterior, gran parte de los emprendimientos se ejecutan con recursos principalmente provenientes de fondos propios o préstamos a terceros.

El presente plan de negocios ha querido demostrar la opción de generar un recurso mixto entre fondos propios y préstamos bancarios para emprendimientos.

Tabla 7*Inversión inicial requerida*

Inversión Inicial requerida de:	16.428,95	
Recursos Propios	6.571,58	40%
Recursos de Terceros	9.857,37	60%

Nota. Resumen de la inversión inicial requerida. Tabla de autoría propia.

Los préstamos bancarios para proyectos de emprendimientos se ejecutan a una tasa preferencial del 11% en plazos diversos que, para efectos del ejercicio presente, lo desarrollamos a 60 meses dado que es un negocio con desarrollo tecnológico.

Dado que el 60% de los recursos requeridos provienen de fondos de terceros, implica el siguiente detalle de pago de capital e intereses:

Tabla 8*Amortización de la deuda*

Años	Amortización de la Deuda Anual				
	2023	2024	2025	2026	2027
Pagos por Amortizaciones	1.564,90	1.745,99	1.948,04	2.173,46	2.424,97
Pago por Intereses	1.006,97	825,88	623,84	398,42	146,90
Servicio de Deuda	2.571,88	2.571,88	2.571,88	2.571,88	2.571,88
SALDOS ANUALES	10.287,51	7.715,63	5.143,75	2.571,88	0,00

Nota. Desglose de la amortización de la deuda en 5 años. Tabla de autoría propia.

4.3. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda implica desarrollar supuestos de una demanda global hasta determinar la demanda esperada. Bajo este escenario se considera para el cálculo, el número total de emprendimientos en Guayaquil que es de 27.730.

Así también, en los resultados de las encuestas presentadas en el capítulo 3, se determinó que los emprendedores están dispuestos a pagar por cuatro tarifas diferenciadas por el servicio ofertado en la aplicación móvil.

Tabla 9

Datos generales del cálculo

DATOS:				
Participación	Precio unitario	Detalle de tarifa		Nombre
33,00%	\$ 5,00	tarifa mensual con acceso limitado		Tarifa 1
11,80%	\$ 7,00			Tarifa 2
31,60%	\$ 10,00	tarifa mensual con acceso ilimitado		Tarifa 3
23,60%	\$ 15,00			Tarifa 4

Nota. Detalle de las diferentes tarifas con sus precios unitarios. Tabla de autoría propia.

Con estos datos se estima, como punto de partida, que el universo de emprendedores en Guayaquil comprarían el servicio en una de las cuatro tarifas de acuerdo a las preferencias arrojadas en las encuestas. Por otro lado, el crecimiento anual de los emprendimientos según la Organización Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI), la tasa de emprendimiento del Ecuador se elevó al 4,7%, siendo la industria de innovación y transformación digital los que negocios que más han prevalecido en el 2022 (Revista Vistazo, 2021).

Tabla 10*Detalle de la demanda global*

Crecimiento país		100%		INGRESOS				
Crecimiento del negoci		1,5%		1,5%	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%
Productos	PV (SIN IMPUESTOS)	No veces al año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Tarifa 1	\$5	12	\$549.054	\$557.677	\$566.567	\$575.733	\$585.188	
Tarifa 2	\$7	12	\$274.860	\$279.176	\$283.627	\$288.216	\$292.949	
Tarifa 3	\$10	12	\$1.051.522	\$1.068.036	\$1.085.061	\$1.102.617	\$1.120.724	
Tarifa 4	\$15	12	\$1.177.970	\$1.196.470	\$1.215.543	\$1.235.210	\$1.255.495	
Total			\$3.053.406	\$3.101.359	\$3.150.797	\$3.201.776	\$3.254.357	

Nota. Desglose de la demanda global de las 4 tarifas a ofrecer. Tabla de autoría propia.

El resultado de este cálculo representa el hecho de, si el producto del proyecto logra captar el total de la demanda, generaría en el primer año \$ 3.053 millones de ingresos.

Tabla 11*Detalle de costos globales*

Detalle de costos		100%		COSTOS				
		1,5%		1,5%	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%
Productos	PVP	No veces al año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Tarifa 1	\$5,00	12	\$74.157	\$75.321	\$76.522	\$77.760	\$79.037	
Tarifa 2	\$7,00	12	\$26.517	\$26.933	\$20.943	\$20.948	\$20.953	
Tarifa 3	\$10,00	12	\$71.011	\$72.126	\$80.121	\$80.140	\$80.159	
Tarifa 4	\$15,00	12	\$53.033	\$53.866	\$89.756	\$89.777	\$89.799	
Total		0	\$224.717	\$228.246	\$267.342	\$268.625	\$269.948	

Nota. Desglose de los costos globales de las 4 tarifas a ofrecer. Tabla de autoría propia.

En sintonía con el cálculo de los costos globales, los costos son significativamente bajos dado que en proyectos de inversión tecnológicos, el desarrollo del aplicativo móvil generaría costos menores a medida que la capacidad instalada del software lo permita. Con base en los costos de desarrollo de la aplicación, la capacidad de usuarios de la misma gira entorno al 10% de la población de emprendedores en Guayaquil por lo que el cálculo del gasto bajo el escenario total, contempla el gasto multiplicado por el 90% restante de la capacidad faltante para desarrollar la aplicación que cubra toda la demanda.

4.4. Balance General

Tabla 12

Balance General

Código	Cuenta	BI	2024	2025	2026	2027	2028
1	ACTIVO						
11	Activo Disponible	\$ 5.352,95	\$ 54.108,99	\$ 92.176,74	\$ 87.688,08	\$ 83.152,03	\$ 78.188,93
1110	Bancos	\$ 5.352,95	\$ 19.758,18	\$ 57.286,45	\$ 52.691,14	\$ 48.045,23	\$ 42.968,92
13	Deudores	\$ -	\$ 34.350,81	\$ 34.890,29	\$ 34.996,94	\$ 35.106,80	\$ 35.220,01
14	Inventarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
15	Propiedad, planta y equipos	\$ 8.050,00	\$ 8.050,00	\$ 8.050,00	\$ 8.050,00	\$ 8.050,00	\$ 8.050,00
1524	Equipo de Oficina	\$ 455,00	\$ 455,00	\$ 455,00	\$ 455,00	\$ 455,00	\$ 455,00
1528	Equipo de Computacion y Comunicación	\$ 7.595,00	\$ 7.595,00	\$ 7.595,00	\$ 7.595,00	\$ 7.595,00	\$ 7.595,00
1592	Depreciacion Acumulada de activo fijos		\$ (2.577,17)	\$ (5.154,33)	\$ (7.731,50)	\$ (7.777,00)	\$ (7.822,50)
16	Intangibles	\$ 3.026,00	\$ 3.026,00	\$ 3.026,00	\$ 3.026,00	\$ 3.026,00	\$ 3.026,00
17	Diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
1798	Amortizacion acumulada		\$ (605,20)	\$ (605,20)	\$ (605,20)	\$ (605,20)	\$ (605,20)
	TOTAL ACTIVOS	\$ 16.428,95	\$ 99.535,81	\$ 138.143,04	\$ 133.761,02	\$ 129.334,84	\$ 124.484,94
2	PASIVOS						
21	Obligaciones proveedores locales	\$ -	\$ 44.352,00	\$ 45.048,55	\$ 45.292,52	\$ 45.543,99	\$ 45.803,24
22	Obligaciones financieras	\$ 9.857,37	\$ 8.292,47	\$ 6.546,47	\$ 4.598,43	\$ 2.424,97	\$ -
	TOTAL PASIVO	\$ 9.857,37	\$ 52.644,47	\$ 51.595,02	\$ 49.890,96	\$ 47.968,96	\$ 45.803,24
3	PATRIMONIO						
31	Capital Social	\$ 6.571,58	\$ 6.571,58	\$ 6.571,58	\$ 6.571,58	\$ 6.571,58	\$ 6.571,58
36	Resultado del Ejercicio		\$ 40.319,77	\$ 39.656,67	\$ 37.641,81	\$ 37.152,48	\$ 34.957,64
37	Resultado de ejercicios anteriores			\$ 40.319,77	\$ 39.656,67	\$ 37.641,81	\$ 37.152,48
	TOTAL PATRIMONIO	\$ 6.571,58	\$ 46.891,35	\$ 86.548,02	\$ 83.870,06	\$ 81.365,88	\$ 78.681,70
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 16.428,95	\$ 99.535,81	\$ 138.143,04	\$ 133.761,02	\$ 129.334,84	\$ 124.484,94

Nota. Detalle del balance general de los 5 primeros años. Tabla de autoría propia.

El balance general denota, desde sus valores iniciales que las inversiones realizadas en el proyecto van en congruencia con el resultado positivo del ejercicio por lo que se puede identificar que existe una sana eficiencia de los activos del negocio. Así también, las cuentas por cobrar se atribuyen valores dado que se receipta pagos en línea y esto generaría una cuenta por cobrar a las receptoras de tarjetas de crédito por las transacciones que se acreditarían en máximo 72 horas.

En contraposición, se encuentran las cuentas del pasivo cuyos principales rubros son el pago de salarios dentro de proveedores locales y el pago del préstamo solicitado para ejecución del proyecto.

4.5. Estado del resultado integral

Tabla 13

Estado de Resultados

Cuentas	PVP	2024	2025	2026	2027	2028
Tarifa 1	\$ 5	\$ 41.179	\$ 41.826	\$ 42.492	\$ 43.180	\$ 43.889
Tarifa 2	\$ 7	\$ 20.614	\$ 20.938	\$ 20.943	\$ 20.948	\$ 20.953
Tarifa 3	\$ 10	\$ 78.864	\$ 80.103	\$ 80.121	\$ 80.140	\$ 80.159
Tarifa 4	\$ 15	\$ 88.348	\$ 89.735	\$ 89.756	\$ 89.777	\$ 89.799
(+)Total Ingresos		\$ 229.005,43	\$ 232.601,96	\$ 233.312,94	\$ 234.045,36	\$ 234.800,07
Tarifa 1	\$ 5	\$ 29.272,32	\$ 29.732,04	\$ 30.205,99	\$ 30.694,71	\$ 31.198,79
Tarifa 2	\$ 7	\$ 10.467,07	\$ 10.631,46	\$ 10.633,92	\$ 10.636,43	\$ 10.638,97
Tarifa 3	\$ 10	\$ 28.030,46	\$ 28.470,68	\$ 28.477,29	\$ 28.483,99	\$ 28.490,79
Tarifa 4	\$ 15	\$ 20.934,14	\$ 21.262,91	\$ 21.267,85	\$ 21.272,85	\$ 21.277,93
(-) Total Costos		\$ 88.704,00	\$ 90.097,10	\$ 90.585,04	\$ 91.087,98	\$ 91.606,48
Tarifa 1	\$	\$ 11.906,73	\$ 12.093,73	\$ 12.286,51	\$ 12.485,30	\$ 12.690,34
Tarifa 2	\$	\$ 10.147,41	\$ 10.306,78	\$ 10.309,17	\$ 10.311,59	\$ 10.314,05
Tarifa 3	\$	\$ 50.833,66	\$ 51.632,00	\$ 51.643,97	\$ 51.656,13	\$ 51.668,47
Tarifa 4	\$	\$ 67.413,64	\$ 68.472,37	\$ 68.488,25	\$ 68.504,37	\$ 68.520,73
(=) Utilidad Bruta en Ventas		\$ 140.301,43	\$ 142.504,87	\$ 142.727,89	\$ 142.957,39	\$ 143.193,58
(-) Gastos de ventas		\$ 56.264,80	\$ 58.909,25	\$ 61.677,98	\$ 64.576,85	\$ 67.611,96
Sueldos y Salarios	\$	\$ 42.978,80	\$ 44.998,80	\$ 47.113,75	\$ 49.328,09	\$ 51.646,51
Servicios Básicos	\$	\$ 3.000,00	\$ 3.141,00	\$ 3.288,63	\$ 3.443,19	\$ 3.605,02
Permisos y Tasas	\$	\$ 2.520,00	\$ 2.638,44	\$ 2.762,45	\$ 2.892,28	\$ 3.028,22
Útiles y Papelería	\$	\$ 600,00	\$ 628,20	\$ 657,73	\$ 688,64	\$ 721,00
Materiales y herramientas	\$	\$ 950,00	\$ 994,65	\$ 1.041,40	\$ 1.090,34	\$ 1.141,59
Capacitaciones	\$	\$ 2.016,00	\$ 2.110,75	\$ 2.209,96	\$ 2.313,83	\$ 2.422,58
Adecuaciones y mantenimiento de instalaciones	\$	\$ 4.200,00	\$ 4.397,40	\$ 4.604,08	\$ 4.820,47	\$ 5.047,03
(-) Gastos administrativos		\$ 16.600,60	\$ 17.380,83	\$ 18.197,73	\$ 19.053,02	\$ 19.948,51
Sueldos y Salarios	\$	\$ 15.736,60	\$ 16.476,22	\$ 17.250,60	\$ 18.061,38	\$ 18.910,27
Capacitaciones	\$	\$ 864,00	\$ 904,61	\$ 947,12	\$ 991,64	\$ 1.038,25
(=) EBITDA		\$ 67.436,03	\$ 66.214,79	\$ 62.852,19	\$ 59.327,52	\$ 55.633,12
(-) Gasto de Depreciacion	\$	\$ 2.577,17	\$ 2.577,17	\$ 2.577,17	\$ 45,50	\$ 45,50
(-) Gasto de Amortizacion	\$	\$ 605,20	\$ 605,20	\$ 605,20	\$ 605,20	\$ 605,20
(=) EBIT		\$ 64.253,67	\$ 63.032,43	\$ 59.669,82	\$ 58.676,82	\$ 54.982,42
(-) Gastos Financieros	\$	\$ 1.006,97	\$ 825,88	\$ 623,84	\$ 398,42	\$ 146,90
Utilidad Antes de Impuestos		\$ 63.246,69	\$ 62.206,54	\$ 59.045,98	\$ 58.278,40	\$ 54.835,51
(-) Impuesto a la Renta	\$	\$ 15.811,67	\$ 15.551,64	\$ 14.761,49	\$ 14.569,60	\$ 13.708,88
(=) Utilidad antes de Participacion de Trabajadores		\$ 47.435,02	\$ 46.654,91	\$ 44.284,48	\$ 43.708,80	\$ 41.126,63
(-) 15% de Participación trabajadores	\$	\$ 7.115,25	\$ 6.998,24	\$ 6.642,67	\$ 6.556,32	\$ 6.168,99
(=) Utilidad Neta		40.319,77	39.656,67	37.641,81	37.152,48	34.957,64

Nota. Detalle de los estados resultados de los 5 primeros años. Tabla de autoría propia.

El cuadro que refleja las cuentas de resultados, ingresos y gastos, denota la ejecución positiva del proyecto. Este resultado de las ventas que se las analizó en profundidad en la

captación de la demanda da como resolución final, un EBIT¹ positivo durante los cinco años de ejecución del proyecto.

4.6. Flujo de caja

Tabla 14

Flujo de caja

FLUJO DEL EFECTIVO						
	2023	2024	2025	2026	2027	
INGRESO POR VENTAS	\$ 229.005,43	\$ 232.601,96	\$ 233.312,94	\$ 234.045,36	\$ 234.800,07	
EGRESOS						
Costo de Ventas	\$ 88.704,00	\$ 90.097,10	\$ 90.585,04	\$ 91.087,98	\$ 91.606,48	
Gasto de Ventas	\$ 56.264,80	\$ 58.909,25	\$ 61.677,98	\$ 64.576,85	\$ 67.611,96	
Gastos Administrativos	\$ 16.600,60	\$ 17.380,83	\$ 18.197,73	\$ 19.053,02	\$ 19.948,51	
Gastos Financieros	\$ 1.006,97	\$ 825,88	\$ 623,84	\$ 398,42	\$ 146,90	
15% P. E.	\$ 7.115,25	\$ 6.998,24	\$ 6.642,67	\$ 6.556,32	\$ 6.168,99	
25% I.R.	\$ 15.811,67	\$ 15.551,64	\$ 14.761,49	\$ 14.569,60	\$ 13.708,88	
TOTAL EGRESOS	\$ 185.503,30	\$ 189.762,93	\$ 192.488,76	\$ 196.242,18	\$ 199.191,73	
FLUJO CAJA NETO/OPERATIVO	\$ 43.502,13	\$ 42.839,04	\$ 40.824,18	\$ 37.803,18	\$ 35.608,34	
Préstamo	9.857,37					
Amortización del Préstamo	\$ 1.564,90	\$ 1.745,99	\$ 1.948,04	\$ 2.173,46	\$ 2.424,97	
Inversión en Capital de Trabajo	-\$ 8.378,95					
Inversión en Activo Fijo	-\$ 8.050,00					
TOTAL	-\$ 6.571,58	\$ 41.937,23	\$ 41.093,04	\$ 38.876,14	\$ 35.629,72	\$ 33.183,37

Nota. Detalle del flujo de efectivo de los primeros 5 años. Tabla de autoría propia.

4.7. Indicadores financieros

Producto de los resultados financieros del plan de negocios presentado, se detallan las siguientes ratios financieros:

¹ EBIT: Siglas anglicanas referenciales a Earnings Before Interest and Taxes. Es un termino financiero utilizado para determinar la utilidad o ganancia de un resultado, antes de gastos financieros por intereses y gastos tributarios.

Tabla 15*Indicadores financieros*

Tipo	Nombre	Fórmula	2023	2024	2025	2026	2027	Medición
Razones de Liquidez	Índice de liquidez	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	1,22	2,05	1,94	1,83	1,71	Veces al año
	Prueba ácida	$\frac{\text{Activo corriente}- \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	1,22	2,05	1,94	1,83	1,71	Veces al año
Razones de endeudamiento	Índice de endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	47%	63%	63%	63%	63%	Porcentaje
Razones de ejecución	Rotacion de Activos	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	2,30	1,68	1,74	1,81	1,89	Veces al año
	Periodo de Cobranza	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	Veces al año
Razones de Rentabilidad	ROA (Rendimiento sobre los Activos)	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$	41%	29%	28%	29%	28%	Porcentaje
	ROE (Rendimiento sobre el Capital)	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$	614%	603%	573%	565%	532%	Porcentaje

Nota. Principales indicadores financieros. Tabla de autoría propia.

La interpretación del diagnóstico financiero a través de indicadores se clasifica en cuatro aristas: Liquidez, endeudamiento, ejecución y rentabilidad.

- **Razones de Liquidez:**

Índice de Liquidez: Por cada dólar que el presente proyecto adeudará en el 2023, la compañía tiene \$ 1,22 para respaldar sus obligaciones en dicho periodo. Sin embargo, se observa mejor salud financiera para los años posteriores llegando a cubrir \$ 2,05 por cada dólar de deuda que tenga en el año 2024.

Prueba ácida: La prueba acida demuestra la liquidez que tendrá el plan de negocios respaldando sus obligaciones con activos líquidos². Al igual que la anterior ratio, evidencia una la misma tendencia del indicador de liquidez dado que el proyecto no contará con inventarios.

- **Razones de Endeudamiento:**

Índice de endeudamiento: Este indicador representa el porcentaje de activos totales que han sido apalancados o financiados con recursos de terceros. Se observa que el 47% de los activos fueron obtenidos con recursos de terceros para el 2023 disminuyendo dicho financiamiento en los periodos en que se cancelan dichas obligaciones acorde a la tabla de amortización previamente presentada.

² Activos líquidos se denominan a aquellas cuentas con facilidad de conversión a efectivo incluyen las cuentas contables de caja, bancos y cuentas por cobrar.

- **Razones de Ejecución:**

Rotación de Activos: Este indicador mide la eficiencia en la administración de los activos del proyecto. Los resultados indican que la empresa está utilizando sus activos en la generación de las ventas que proyecta en 2,30 veces para el año 2023 teniendo una media en el año 2025 de 1,74 veces y finalizando el 2027 con 1,89 veces de rotación. Esta disminución se da principalmente por la reducción contable del valor en libros de los activos fijos depreciados a menos de cinco años como son: equipos de computación.

Periodo de Cobranza: Bajo esta ratio se refleja los días promedio de circulación de la cuenta por cobrar. Se proyecta que siempre el proyecto tendrá cuentas por cobrar en torno a las transacciones no acreditadas de sus ventas por tarjetas de credito. La efectividad de la cobranza se mantiene constante para los años venideros generando un número estable de 6,67 veces al año.

- **Razones de Rentabilidad:**

Rentabilización de los Activos (ROA): este indicador mide la capacidad que tienen los activos en generar renta por ellos mismos. En el año 2023, las ventas proyectadas se generaron con el 41% de los activos lo que se puede indicar que el rendimiento es alto ya que los equipos tecnológicos son utilizados de manera integral en el proyecto y que las ventas no requieren inversiones fuertes de activo, sin embargo, la potencialización de los activos disminuye en un 28% dado por la estabilización del proyecto y la poca inversión en desarrollos para el aplicativo.

Rendimiento sobre el capital (ROE): Esta ratio mide la rentabilidad que tiene la empresa sobre sus fondos propios. El plan de negocios presentado, ha producido de manera exponencial su capital al generar para el primer año 614% de rentabilidad aumentando el porcentaje hasta

llegar a 532% en el 2027. Este resultado se da principalmente por el financiamiento externo del proyecto y la alta rentabilidad de proyectos de tecnología como el presente plan de negocios.

Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

El desarrollo del presente plan de negocio determinó grandes retos y desafíos para mejorar la calidad y línea de vida de los emprendimientos actuales. Se generaría un hito importante para la pequeña y mediana industria al generar valor y herramientas útiles para la sostenibilidad de los microempresarios.

- I. De acuerdo con el objetivo No. 1 el cual presenta el panorama del emprendimiento en Ecuador desde el período de tiempo que va desde el 2019 hasta el 2021 y gracias a la necesidad imperiosa por detener la curva de caída en la curva de vida de los emprendimientos en Guayaquil, fue necesaria esta investigación previa para conocer cómo se ha desenvuelto el entorno emprendedor durante esos años. Para alcanzar una perspectiva más amplia, se realizó un análisis interno y PESTEL para descubrir los factores con impacto significativo y, a su vez, las percepciones y motivaciones detrás de la creación de estos emprendimientos. Con respecto al análisis interno se determinaron las fortalezas, las cuales son la infraestructura, las normas culturales y educación empresarial. De igual manera, se determinaron las debilidades que son las políticas gubernamentales, el apoyo financiero y la investigación y desarrollo en el campo. Finalmente, a través del estudio de los factores que intervienen en el análisis PESTEL, se pudo identificar los principales motivantes, entre ellos se destaca el desempleo, las aspiraciones personales, tradición familiar y búsqueda de ingresos extras.
- II. Respondiendo al objetivo No. 2, por medio de encuestas dirigidas a las personas que han tenido y siguen teniendo emprendimientos, se pudo llevar a cabo el Diagrama de Ishikawa, el cual sirvió para especificar las principales causas los efectos del fracaso de los emprendimientos durante el mismo período de análisis, con el fin de que sirva de guía en la creación de una propuesta de valor. En cuanto a las causas, se obtuvieron 6 ramas dentro del Diagrama, las cuales son por

motivos personales, el financiamiento, los métodos o estrategias aplicadas, el gobierno, un cierre planificado y, por último, nuevas oportunidades de negocio.

- III. Respecto al objetivo No. 3, mediante un estudio de mercado teniendo como instrumento a la encuesta realizada a una muestra de 288 emprendedores de Guayaquil, se determinó que están dispuestos a pagar mensualmente sobre el producto siendo los productos básicos, tarifa 1, y medio, tarifa 3, de \$5.00 y \$10.00 respectivamente los servicios con mayor porcentaje de aceptación.

- IV. Por último, de acuerdo con el objetivo No. 4 que indica realizar un análisis con herramientas financieras para medir la factibilidad financiera que tendría “Kiosko”, los resultados obtenidos indicaron una rentabilidad sostenida dado principalmente por la poca inversión que los desarrollos tecnológicos requieren, generando un VAN de \$ 19.763,62 y una TIR de 169% lo cual lo convierte en un producto altamente rentable con un retorno de inversión o *payback* de 8 meses. En cuanto a la captación de la demanda, se considera que apenas el 10% de la población de emprendedores en Guayaquil, comprarían el servicio del aplicativo lo cual también genera grandes expectativas del éxito del producto. Con la mencionada demanda esperada, el rendimiento sobre los activos y sobre la utilidad son del 28% y el 532% al final del primer quinquenio de análisis lo cual también diagnostica la buena salud del proyecto.

5.2. Recomendaciones

El prototipo para el aplicativo móvil para emprendedores posee características que permitirían convertirse en una gran herramienta que ayudaría a los emprendedores a evitar el colapso de sus negocios por falta de conocimiento o guía para potencializarlos. Sin embargo, es necesario brindar las siguientes recomendaciones que permitan mejorar el producto en etapas posteriores:

- Gestionar con el equipo de desarrollo del aplicativo, matriz de contingencias ante caídas del sistema, falta de actualizaciones o errores en el acceso a la aplicación. Esto con el fin de que se tenga permanente acceso e interacción ante posibles fallas.
- Desarrollar las experiencias al usuario bajo parámetros de tipo de negocio de los emprendedores para ayudarlos a encontrar más fácilmente información sobre las necesidades.
- Generar alianzas con asociaciones, fundaciones, entes de gobierno y empresas privadas que puedan visualizar el aplicativo como una ventana de inversión y apoyo a los emprendedores. Así también, generar ganancias a través de venta de espacios publicitarios para estos aliados a través de publicaciones en la plataforma móvil.
- Crear sistemas de fidelización para los usuarios que premien la permanencia de uso de la plataforma a través de un sistema de redención de puntos por búsquedas o recomendaciones del aplicativo. Así también, descuentos asociados a trámites empresariales como por ejemplo: canje de puntos por descuentos en obtención de firma o facturación electrónica, servicios tributarios, societarios, etc.

- Diseñar un programa de Clínica de Emprendimientos que contenga: diagnóstico de problemas en el negocio, asesoría legal, tributaria y societaria, publicaciones de casos exitosos y de aquellos emprendimientos que han superado el umbral de supervivencia de los pequeños negocios en donde se desenvuelven y que generen indicadores financieros saludables. Esto con el fin de diagnosticar que tan probable es que el negocio supere sus inconvenientes o se prevea el cierre del mismo que evite generar mayores gastos para los empresarios

REFERENCIAS

- Andrade, X. (2012). Las trabas al emprendimiento en Ecuador. *Dialnet*, 72.
- Andrade, X. (2012). Las trabas al emprendimiento en Ecuador. *Retos II* (4), 61-72.
- Anselmo, K. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor*. Obtenido de Global Press Release:
<https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>
- Azqueta Díaz de Alda, A. (2017). El concepto de emprendedor: origen, evolución e interpretación. Pamplona, España. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/74177/EI%20concepto%20de%20emprededor%20origen%2C%20evolucion%20e%20introduccion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Canvas. (2020). *Estrategias sostenibles*. Obtenido de Ética empresarial y Agenda 2030 en tiempos de COVID-19. El compromiso de las empresas durante la pandemia:
<https://bit.ly/3iJRdQY>
- Chiavenato, I. (2005). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones*. Rio de Janeiro: McGrawHill.
- ESPOL. (2020). *En Ecuador en el 2019, emprendieron alrededor de 3.6 millones de habitantes*. Obtenido de Escuela Superior Politécnica del Litoral:
<https://www.espol.edu.ec/noticias/en-ecuador-en-el-2019-empredieron-alrededor-de-36-millones-de-habitantes>
- Fuente, O. (2022). *IEBS*. Obtenido de Qué es análisis PESTEL: Ejemplos y Plantilla para elaborarlo: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-analisis-pestel-digital-business/>

- García-Madurga, M., Grilló-Méndez, A., & Morte-Nadal, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 55-70.
- Hashimoto, M. (2006). *Espírito empreendedor nas organizações: Aumentando a competitividade através do intra-emprendedorismo*. São Paulo: Saraiva.
- Hisrish. (2012).
- Lasio, V., Amaya, A., & Ordeñana, J. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020*. Ecuador: ESPAE.
- Pérez-Calle, R., García-Casarejos, N., & García-Bernal, J. (2021). La empresa española ante la COVID-19: factores de adaptación al nuevo escenario. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 5-24.
- Revista Vistazo. (24 de Diciembre de 2021). *Seccion Portafolio de Revista Vistazo*. Obtenido de Sitio Web de Revista Vistazo: <https://www.vistazo.com/portafolio/emprendimiento-crece-en-ecuador-primer-paso-guia-ED1151240#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20organizaci%C3%B3n%20Alianza%20para,saldr%C3%A1n%20a%20flote%20en%202022>
- Reyes, J. (2022). *El Universo*. Obtenido de La zona del Gran Guayaquil concentra el 37 % de las empresas del país, con ventas cercanas a \$ 40.000 millones: <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/la-zona-del-gran-guayaquil-concentra-el-37-de-las-empresas-del-pais-con-ventas-cercanas-a-40000-millones-nota/>
- Rodriguez, J. (2022). *HubSpot*. Obtenido de Qué es el diagrama de Ishikawa, cómo crearlo y ejemplos: <https://blog.hubspot.es/sales/diagrama-ishikawa>

Servicio Nacional de Derechos Itelectuales. (Noviembre de 2022). *Servicios del Servicio Nacional de Derechos Itelectuales*. Obtenido de Sitio Web del Servicio Nacional de Derechos Itelectuales: <https://www.derechosintelecutales.gob.ec/signos-distintivos/>

Toledo, M. (5 de Abril de 2022). *Qué es el MVP o Producto Mínimo Viable, objetivos y herramientas para crearlo*. Obtenido de Inbound cycle: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-mvp-o-producto-minimo-viable>

Universo, E. (2020). *El Universo*. Obtenido de Ecuador Verifica: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/11/17/nota/8052391/si-guillermo-celi-ecuador-es-pais-que-mas-emprende-region/>

Useche-Aguirre, M. C., Vásquez-Lacres, L. M., Salazar-Vázquez, F. I., & Ordóñez-Gavilanes, M. (2021). Fórmula estratégica empresarial para pymes en Ecuador ante la covid-19. *Revista Universidad & Empresa*, 1-22.

Vasquez, J. A. (2015). *El Emprendimiento Empresarial: La Importancia de ser Emprendedor*. IT Campus Academy.

APÉNDICE A

Análisis del panorama de emprendimientos en Ecuador

¡Hola! Somos estudiantes de último semestre en la **ESPOL**, y necesitamos de tu **cooperación** con el fin de recopilar información que nos ayude a tener un mejor panorama acerca del emprendimiento en nuestro país, por lo que creemos que tu opinión aportará significativamente a nuestra investigación. Los resultados obtenidos serán utilizados con **fines académicos** y permanecerán en completo **anonimato**. **Esta encuesta no tomará más de 5 minutos**. Te agradecemos de antemano tu predisposición.

1. **Edad:**

- Menos de 20 años
- 20 – 30 años
- 30 – 40 años
- 40 – 50 años
- Más de 50 años

2. **Sexo:**

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no comentar

3. **¿A qué sector pertenece tu idea de negocio?**

- Comercio
- Agricultura

- Turismo
- Servicios de comida
- Tecnología
- Otros

4. ¿Cuál de las siguientes razones fue tu motivante para emprender? Elige hasta máximo 2.

- Hacer la diferencia
- Obtener otros ingresos
- Tradición familiar
- Escasez de empleo
- Otros

5. ¿Tuviste ayuda en el proceso?

- Sí
- No

6. ¿Cuál fue la etapa más difícil durante el proceso?

- Definir y concretar la idea
- Planeación
- Ejecución
- Control y supervisión

7. ¿Por cuales métodos recibió el financiamiento de su negocio?

- Colegas
- Familia
- Préstamo bancario

- Ahorros personales
- Gobierno
- Inversionistas
- Otros

8. En caso de haber recibido financiamiento externo, ¿cuál es la situación actual de la deuda?

- Cancelada en su totalidad
- Parcialmente cancelada
- No cancelada sin intereses
- No cancelada acumulando intereses

9. ¿Usted considera que ha recuperado la inversión realizada?

- Sí
- No
- Parcialmente

10. Si su respuesta fue No en la anterior pregunta, ¿en cuánto tiempo considera que podrá recuperar la inversión?

- Menor o igual a 1 año
- Entre 2 a 3 años
- Más de 3 años
- Prefiero no comentar

11. ¿Para el funcionamiento del negocio se necesitaban equipos o maquinarias?

- Sí
- No

12. Si respondiste SI a la pregunta 11, ¿qué tan difícil fue conseguir? Por lo contrario, favor avanzar a la pregunta 13.

- Demasiado difícil
- Difícil
- Regular
- Fácil
- Demasiado fácil

13. Del 1 al 10, ¿Qué tan difícil considera es competir con los demás emprendimientos del mismo giro de negocio? siendo el 1 el más bajo y el 10 el más alto.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

14.Cuál considera es la característica más importante para mantenerse/triunfar en el mercado?

- Tener una buena propuesta
- Vigilar el mercado y sus tendencias
- Fidelización de clientes

- Buena campaña de comunicación y marketing
- Otros

15. Antes de emprender, ¿ya tenías conocimiento sobre esta práctica?

- Sí
- No

16. Si respondiste SI a la pregunta anterior, ¿dónde adquiriste este conocimiento?

Por lo contrario, favor avanzar a la pregunta 17

- Escuela
- Universidad
- Trabajo
- Cursos presenciales/Virtuales
- Investigación propia
- Otros

17. ¿Te has capacitado en algún taller sobre emprendimiento?

- Sí
- No

18. ¿Si respondiste SI a la pregunta anterior, cuánto fue el costo de la capacitación?

Por lo contrario, favor avanzar a la pregunta 19

- Caro
- Regular
- Barato
- Gratuito

19. Señale las opciones de por qué no ha tenido capacitación alguna:

- No lo considero importante
- Falta de tiempo
- Desconocimiento de las instituciones que imparten
- Elevado costo
- Otros

APÉNDICE B

Estudio de mercado para el diseño de una aplicación móvil para emprendimientos y clientes

¡Hola! Somos estudiantes de último semestre en la **ESPOL**, y necesitamos de tu **cooperación** con el fin de recopilar información que nos ayude a tener un mejor panorama acerca del emprendimiento en Guayaquil, por lo que creemos que tu opinión aportará significativamente a nuestra investigación. Los resultados obtenidos serán utilizados con **fines académicos** y permanecerán en completo **anonimato**. **Esta encuesta no tomará más de 5 minutos**. Te agradecemos de antemano tu predisposición.

¿Cuál es su rango de edad?

- Menos de 20 años
- 20 – 30 años
- 30 – 40 años
- 40 – 50 años
- Más de 50 años

¿Cuál es su género?

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no comentar

¿Usted actualmente tiene o ha tenido un emprendimiento?

- Sí

- No

Si respondió No a la pregunta anterior, ¿le gustaría crear un emprendimiento?

- Sí
- No
- Tal vez

Aplicación móvil de acompañamiento para nuevos y actuales emprendedores

Las siguientes preguntas giran en torno a las necesidades que debe cubrir una aplicación móvil que ayude a los empresarios a gestionar y manejar su emprendimiento.

¿Qué atributos esperaría Ud. que tenga una aplicación de acompañamiento para el desarrollo de su negocio?

- Rápida y fácil de usar
- Confiable/Segura
- Que contenga contenido actualizado
- Que tenga contenido útil de acuerdo con cada emprendimiento: plantillas en Excel, cursos, manuales, etc.
- Que dé a conocer centros especializados para capacitación profesional en la zona
- Que integre a los usuarios a conocer y tener feedback sobre los emprendimientos de otros

¿Qué tipo de actividades le gustaría encontrar en el aplicativo para emprendedores?

- Cursos dinámicos calificados
- Bootcamps (talleres con profesionales)

- Sesiones personalizadas con profesionales e instituciones
- Participación en eventos virtuales donde interactúen los emprendedores para desarrollar sus negocios
- Notificaciones y talleres sobre actualizaciones de leyes, normativas, etc.
- Otros

¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a invertir en cursos o talleres de aprendizaje respecto a la administración de su negocio?

- De 2 a 4 horas semanales
- De 4 a 6 horas semanales
- De 6 a 8 horas semanales
- Más de 8 horas a la semana

¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la aplicación para emprendedores de acuerdo con los atributos y actividades descritas anteriormente?

- \$5 mensuales en acceso limitado
- \$7 mensuales en acceso limitado
- \$10 mensuales en acceso ilimitado
- \$15 mensuales en acceso ilimitado (incluye Bootcamp)

¿Le gustaría que la plataforma le permitiera escribir opiniones y sugerencias acerca de las opciones que están disponibles, y que a su vez pueda consultar las opiniones de otros usuarios?

- Sí
- No

¿Qué probabilidad hay de que recomiende la aplicación con esta nueva propuesta, a un amigo o compañero de trabajo?

- Muy probable
- Probable
- Indiferente
- Poco probable
- No la recomendaría

APÉNDICE C

Tabla de Amortización del Proyecto

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRÉSTAMO

Proyecto con Financiamiento

Capital:	9.857,37
Tasa de interés anual	11,00%
Plazo del Préstamo en meses	60,00
Fecha de Concesión del Préstamo	29/1/2023

FECHA	# CUOTA	CAPITAL INICIAL	CUOTA MENSUAL	ABONO CAPITAL	INTERES	SALDO CAPITAL
1/3/2023	1	9.857,37	214,32	123,96	90,36	9.733,41
1/4/2023	2	9.733,41	214,32	125,10	89,22	9.608,31
1/5/2023	3	9.608,31	214,32	126,25	88,08	9.482,06
1/6/2023	4	9.482,06	214,32	127,40	86,92	9.354,65
1/7/2023	5	9.354,65	214,32	128,57	85,75	9.226,08
1/8/2023	6	9.226,08	214,32	129,75	84,57	9.096,33
1/9/2023	7	9.096,33	214,32	130,94	83,38	8.965,39
1/10/2023	8	8.965,39	214,32	132,14	82,18	8.833,25
1/11/2023	9	8.833,25	214,32	133,35	80,97	8.699,90
1/12/2023	10	8.699,90	214,32	134,57	79,75	8.565,33
1/1/2024	11	8.565,33	214,32	135,81	78,52	8.429,52
1/2/2024	12	8.429,52	214,32	137,05	77,27	8.292,47
3/3/2024	13	8.292,47	214,32	138,31	76,01	8.154,16
3/4/2024	14	8.154,16	214,32	139,58	74,75	8.014,58
4/5/2024	15	8.014,58	214,32	140,86	73,47	7.873,72
4/6/2024	16	7.873,72	214,32	142,15	72,18	7.731,58
5/7/2024	17	7.731,58	214,32	143,45	70,87	7.588,13
5/8/2024	18	7.588,13	214,32	144,77	69,56	7.443,36
5/9/2024	19	7.443,36	214,32	146,09	68,23	7.297,27
6/10/2024	20	7.297,27	214,32	147,43	66,89	7.149,84
6/11/2024	21	7.149,84	214,32	148,78	65,54	7.001,05
7/12/2024	22	7.001,05	214,32	150,15	64,18	6.850,91
7/1/2025	23	6.850,91	214,32	151,52	62,80	6.699,38
7/2/2025	24	6.699,38	214,32	152,91	61,41	6.546,47
10/3/2025	25	6.546,47	214,32	154,31	60,01	6.392,16
10/4/2025	26	6.392,16	214,32	155,73	58,59	6.236,43
11/5/2025	27	6.236,43	214,32	157,16	57,17	6.079,27
11/6/2025	28	6.079,27	214,32	158,60	55,73	5.920,68

12/7/2025	29	5.920,68	214,32	160,05	54,27	5.760,63
12/8/2025	30	5.760,63	214,32	161,52	52,81	5.599,11
12/9/2025	31	5.599,11	214,32	163,00	51,33	5.436,11
13/10/2025	32	5.436,11	214,32	164,49	49,83	5.271,62
13/11/2025	33	5.271,62	214,32	166,00	48,32	5.105,62
14/12/2025	34	5.105,62	214,32	167,52	46,80	4.938,10
14/1/2026	35	4.938,10	214,32	169,06	45,27	4.769,04
14/2/2026	36	4.769,04	214,32	170,61	43,72	4.598,43
17/3/2026	37	4.598,43	214,32	172,17	42,15	4.426,26
17/4/2026	38	4.426,26	214,32	173,75	40,57	4.252,52
18/5/2026	39	4.252,52	214,32	175,34	38,98	4.077,17
18/6/2026	40	4.077,17	214,32	176,95	37,37	3.900,22
19/7/2026	41	3.900,22	214,32	178,57	35,75	3.721,65
19/8/2026	42	3.721,65	214,32	180,21	34,12	3.541,45
19/9/2026	43	3.541,45	214,32	181,86	32,46	3.359,59
20/10/2026	44	3.359,59	214,32	183,53	30,80	3.176,06
20/11/2026	45	3.176,06	214,32	185,21	29,11	2.990,85
21/12/2026	46	2.990,85	214,32	186,91	27,42	2.803,94
21/1/2027	47	2.803,94	214,32	188,62	25,70	2.615,32
21/2/2027	48	2.615,32	214,32	190,35	23,97	2.424,97
24/3/2027	49	2.424,97	214,32	192,09	22,23	2.232,88
24/4/2027	50	2.232,88	214,32	193,86	20,47	2.039,02
25/5/2027	51	2.039,02	214,32	195,63	18,69	1.843,39
25/6/2027	52	1.843,39	214,32	197,43	16,90	1.645,97
26/7/2027	53	1.645,97	214,32	199,24	15,09	1.446,73
26/8/2027	54	1.446,73	214,32	201,06	13,26	1.245,67
26/9/2027	55	1.245,67	214,32	202,90	11,42	1.042,77
27/10/2027	56	1.042,77	214,32	204,76	9,56	838,00
27/11/2027	57	838,00	214,32	206,64	7,68	631,36
28/12/2027	58	631,36	214,32	208,54	5,79	422,82
28/1/2028	59	422,82	214,32	210,45	3,88	212,38
28/2/2028	60	212,38	214,32	212,38	1,95	0,00
TOTALES			12.859,39	9.857,37	3.002,02	