



ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN Y
DESARROLLO EMPRESARIAL
ACADÉMICO

▶ EMPRENDIMIENTO

Una alternativa de negocios



Autores:

GARY RIVERA BARBERÁN

CARLOS ZURITA CASTRO

JIMMY JAVIER JARA NIVELLO

CAROLINA MOLINA VILLACIS

PEDRO AVILES ALMEIDA

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

AUTORES:

GARY ROBERTO RIVERA BARBERÁN

CARLOS ZURITA CASTRO

JIMMY JAVIER JARA NIVELÓ

CAROLINA JENNIFER MOLINA VILLACIS

PEDRO ALEXANDER AVILES ALMEIDA

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

MARZO, 2024

TÍTULO DE LA OBRA:

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

Editor

Ing. Eduardo Lascano L.

Autores

Gary Roberto Rivera Barberán

Carlos Zurita Castro

Jimmy Javier Jara Niveló

Carolina Jennifer Molina Villacís

Pedro Alexander Avilés Almeida

Corrección Idiomática y de estilo

Lic. Patricia García Basurto

© **COPY 2024**

1RA. EDICIÓN

ISBN DIGITAL: 978-9942-805-23-2

No. de Registro de derecho de Autor SENADI:

EDICIÓN - IMPRESIÓN

Edicumbre Editorial Corporativa

Calle Grecia N 32-175 y Granja. Edificio Nogal Piso 2

Telf.: 098 385 5681

E-mail: edicumbreeditorial@hotmail.com

Diseño Portada

Edicumbre Editorial Corporativa

Diseño Interior

Edicumbre Editorial Corporativa

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo por escrito del Editor.

Esta obra ha sido revisada y evaluada por investigadores externos, por el sistema de doble ciego.

DEDICATORIA

Dedico el presente a Dios, a mis hijos, mi madre y a mi padre que me guía desde el cielo.

- Gary

A la Universidad de Guayaquil.

- Carlos

A Dios Padre celestial por la vida.

- Jimmy

Agradezco a Dios por siempre guiar mi camino, a mis padres por siempre apoyarme y haberme formado como persona y que ahora desde el cielo se puedan sentir orgullosos de mí y por supuesto a mi familia mis hijos y esposa que son el motor para seguir día a día creciendo como persona y ser mejor cada día, que siempre aprendemos cosas nuevas cada día y debemos aprovechar al máximo todas sus enseñanzas.

- Carolina

A mis estudiantes de la Universidad de Guayaquil, que me inspira cada día para ser mejor académico

- Pedro

AGRADECIMIENTO

Agradeciendo a Dios primero y hermanas por su infinito apoyo y respaldo durante todo el camino.

- Gary

A los profesores investigadores de la Universidad de Guayaquil y a sus alumnos, así como a la Facultad de Ciencias Administrativas, por su apoyo y colaboración en este proyecto.

- Carlos

A la familia por estar presente en cada momento de declinación.

- Jimmy

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por siempre guiar mi camino, a mis padres por siempre apoyarme y haberme formado como persona y que ahora desde el cielo se puedan sentir orgullosos de mi y por supuesto a mi familia mis hijos y esposo que son el motor para seguir día a día creciendo como persona y ser mejor cada día.

- Carolina

A cada uno de los maestros que el Gran Arquitecto del Universo me ha puesto en mi vida, comenzando con mis Padres, Nana y en la catedra del primer nivel hasta el cuarto nivel educativo.

- Pedro

BIOGRAFÍA

GARY ROBERTO RIVERA BARBERÁN

Máster en Administración de empresas con mención en negocios internacionales - Universidad de Guayaquil - Ecuador.

Economista – Escuela Superior Politécnica del Litoral – Guayaquil – Ecuador

Docente en la Facultad de Administración de empresas las cátedras de: seguros y banca, planificación estrategia, liderazgo gerencial Universidad De Guayaquil.

Fundador y Gerente General de RIGAR CENTRO de Formación Artesanal Particular en las carreras de: jefe de cocina chef, maestro pastelero y maestra en belleza, con proyección a convertirse en un Tecnológico Superior con moras a ofertar las carreras de administración de empresas, contabilidad y gastronomía.

ORCID - 003-0445-9356 Correo: gary.riverab@ug.edu.ec



CARLOS ALEJANDRO ZURITA CASTRO

Economista por la Universidad Espíritu Santo de Guayaquil - Ecuador.

Master en economía - Universidad de Nueva Gales del Sur en Sídney, Australia.

P.h.D. en Economía Agrícola por parte de la Universidad de Purdue en Estados Unidos.

Docente de la Universidad de Guayaquil.

Trabajo en varias instituciones públicas de Ecuador Posee altos conocimientos en estadística, econometría y economía internacional.

Orcid ID: 0000-0002-0960-704X



CAROLINA JENNIFER MOLINA VILLACIS

Magíster en Economía y Dirección de Empresas –
ESPOL

Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional
-ESPOL

Docente de la Universidad de Guayaquil

Docente ocasional en varias Universidades y
Tecnológicos

Orcid-org/0000-0002-7241-8882



PEDRO ALEXANDER AVILES ALMEIDA

Postulante a Doctor en Ciencias Sociales, Mención
Gerencia, en la Universidad de Zulia, Maracaibo, Venezuela.

Master en Educación Superior.

Ingeniero Comercial, Especialista en proyecto
Educativo y Sociales,

Docente en Cátedras de: Lenguaje y Comunicación,
Administración de Empresas, Recursos Humanos y
Metodología de Investigación.

Político Gremial en el área de Profesionales, experticia
en empresas privadas en áreas sociales, fundaciones
y ONG`s a nivel mundial.

Catedrático con experticia con 20 años en
universidades de Ecuador, actualmente en la
Universidad de Guayaquil.

ORCID 0000-0001-5207-2645



JIMMY JAVIER JARA NIVELLO

Master en Gestión Estratégica Universidad Estatal
de Guayaquil

Ing. Comercial Universidad de Estatal de Guayaquil



PROLOGO

Un objetivo fundamental de cualquier economía, es ser productiva en todos los sectores sobre todo en el económico, ya que esto garantiza su crecimiento y sostenibilidad. Una de las actividades a la que se le está dando importancia son los emprendimientos. Con el paso de los años, esta actividad se ha transformado en la forma más común de hacer negocios, los motivos pueden ser numerosos, sin embargo, podríamos nombrar entre estos motivos: la necesidad de independencia económica de un individuo, lograr materializar una idea que se cree podrá generar ganancias o simplemente aprovechar una oportunidad que aparece en el camino.

Emprender es la búsqueda para generar valor, crear un negocio producto de una idea creativa, comercializar o prestar un servicio.

Lo que, si es cierto, es que a través del emprendimiento los individuos pueden llegar a materializar sus sueños y de concretarse se convertirían en una fuente generadora de sus ingresos propios, así como también ayudar a crear puestos de trabajo, y de esta forma contribuyen a la economía de su nación.

Además, muchas veces no es fácil tomar la decisión de dejar un trabajo seguro, para enrumbarse a la idea de emprender y ser dueños de nuestro propio negocio, sin embargo, actualmente son miles las personas que se han orientado a formalizar esta actividad en sus vidas, para lograr beneficios que no pueden tener con un trabajo como cumplir un horario a tiempo completo, que demanda su tiempo, energía y dedicación.

El hecho de ser una actividad que ha tomado un gran auge dentro de las economías de los países, es preciso desarrollar el tema, que tanto interés ha despertado en los últimos tiempos a nivel mundial y ver cómo se desarrolla este modelo de negocio, por ser fuente generadora de empleos, aportar económicamente al país y contribuir con su crecimiento y productividad.

Sin embargo, es necesario establecer condiciones para que este tipo de negocio logre su objetivo, a través de la implementación de políticas gubernamentales que flexibilicen su regulación, por tratarse muchas veces de emprendimientos llevados a cabo por personas que cuentan con un capital limitado para hacer realidad su idea de negocio.

Este libro, busca reunir información necesaria para comprender el emprendimiento, como se es un emprendedor, como efectuar la gestión, el aprovechamiento de las tecnologías y de la innovación para su crecimiento y desarrollo, y se hace una revisión del comportamiento de esta actividad a nivel de América Latina.

INTRODUCCIÓN

La globalización y el avance tecnológico, han desencadenado que muchos sectores se adecuen a los cambios que estos dos factores producen cada día, y de esta forma lograr su sustentabilidad y desarrollo. Actualmente, se escucha hablar frecuentemente de los emprendimientos, la cual es una actividad que hace posible apostar a una idea de negocio, producto de la creativa e innovación de formar individual, grupal o por empresas ya constituidas.

El emprendimiento busca hacer realidad una idea creativa, bien para la generación de un producto o para la prestar un servicio, cuyo fin primordial es obtener una ganancia al poner en marcha el plan. Para llevar a cabo el plan es necesario que los individuos consideren o estudien que tan posible es materializar esa idea, tomando en consideración que se debe disponer con recursos económicos, materiales, humanos y conocimientos, que le permitan poner en marcha su negocio y conseguir el objetivo propuesto.

Además, es relevante, la importancia que tiene la gestión dentro de los emprendimientos, dado a que esta permitirá garantizar su buen funcionamiento y por ende poder contar con información suficiente para conocer si realmente el negocio es rentable o no. Por lo que es necesario educarse en esta materia a fin de poder solucionar los problemas que se van presentando una vez que el negocio comience a operar. Asimismo, todo emprendedor debe ser capaz de adecuarse y adaptarse a los distintos cambios que se originan en las economías y los mercados, a fin de que puedan garantizar su subsistencia.

El presente libro tiene como propósito conocer los principales fundamentos del emprendimiento, y porque se han convertido en una alternativa de negocios para muchas personas. Destacando las principales teorías que sustentan el concepto. Además, se abordarán los contenidos sobre la gestión del emprendimiento, dado a que la gestión es muy importante para cualquier negocio a pesar de que sea pequeño o este en sus comienzos, ya que de una buena gestión se garantizara su desarrollo y crecimiento.

Asimismo, se describirá quien es el emprendedor, sus características y cualidades que lo enrumben a convertirse en emprendedor. Por otro lado, se hará mención a la tecnología e innovación, la digitalización y las tendencias digitales como aportes fundamentales para la actividad del emprendimiento. Dado al constante y paulatino crecimiento y avance de la tecnología a nivel mundial, se hace necesario describir cómo se puede aprovechar en el área de los emprendimientos, y de qué manera contribuyen a su desarrollo y crecimiento de este.

Y, por último, se realizará una revisión sobre el comportamiento de los emprendimientos a nivel de economía en América Latina, con el propósito de mostrar su aporte al desarrollo y crecimiento de las naciones.

CONTENIDO

PROLOGO

INTRODUCCION

CAPITULO I

EMPRENDIMIENTO - REVISION TEORICA

- 15 Conceptualización
- 17 Características del emprendimiento
- 18 Importancia del emprendimiento
- 18 Ventajas del emprendimiento
- 19 Componentes para emprender
- 21 Teorías del emprendimiento
- 27 Tipos de emprendimientos
- 31 Modelos de emprendimiento
- 33 Factores que pueden fomentar o limitar los emprendimientos
- 34 Factores claves para el fracaso del emprendimiento
- 35 Efectos de la informalidad de los emprendimientos

CAPITULO II

EL EMPRENDEDOR Y EL PROCESO DE EMPRENDER

- 37 Conceptualización
- 38 Características, habilidades y destrezas del emprendedor
- 42 Tipos de emprendedores
- 44 Variables sociodemográficas que influyen al emprender
- 45 Etapas del proceso de emprender
- 46 Riesgos que deben asumir los emprendedores
- 47 Creatividad
- 48 Ideas de negocio
- 49 Plan de negocio
- 51 Objetivos del plan de negocios
- 51 Como elaborar un plan de negocio – estructura
- 52 Ciclo de vida del negocio
- 53 Modelos de negocio
- 58 El apoyo a través de un financiamiento

CAPITULO III

GESTION DEL EMPRENDIMIENTO

- 61 La gestión y la administración
- 66 Modelos de gestión para el emprendimiento
- 67 Modelos para la gestión financiera
- 69 Modelos de gestión administrativa
- 70 Modelos de gestión de riesgos
- 73 Modelo de gestión por procesos
- 74 Modelo de Gestión empresarial

- 76 Gestión de información
- 76 Gestión de Calidad
- 77 Gestión de Inventario
- 78 Liderazgo
- 78 Herramientas que apoyan los procesos de gestión
- 83 La Gestión en los emprendimientos
- 84 Ventajas y Desventajas
- 85 Porque es importante una buena gestión dentro del emprendimiento

CAPITULO IV

HERRAMIENTAS DE TECNOLOGIA E INNOVACION PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO

- 87 Definición de Tecnología
- 88 Definición de Innovación
- 89 Tecnología e Innovación en los emprendimientos
- 91 Las TIC's como herramientas esenciales para los emprendimientos
- 94 Aprovechamiento de la tecnología y las nuevas tendencias digitales en los emprendimientos
- 98 Marketing digital
- 100 ¿Los emprendimientos aportan a las economías de un país? Una revisión en América Latina

112 BIBLIOGRAFIA

CAPÍTULO I

EMPREDIMIENTO - REVISION TEORICA



Conceptualización

Cuando se menciona la palabra emprendimiento, viene a la mente a una actividad que realiza una persona con el propósito de generar recursos para su subsistencia personal o familiar, sin embargo, este es un término que se ha manejado desde hace ya muchísimo tiempo, y que se ha ido modificando de acuerdo a la visión de especialistas y estudiosos, además, por la necesidad de adecuarse a los cambios que se generan en materia económica, y también por los efectos de la globalización, volátiles mercados y el auge que ha cobrado la tecnología en los últimos años.

En este sentido, Altamirano y Cruz (2020), indican que la definición de emprendimiento tiene su origen del término francés *entrepreneur* que indica que un individuo está listo para tomar una decisión o comenzar algo y que fue acogida en el ámbito económico por el economista Richard Cantillon entre los siglos XVII y XVIII, donde se aplicó en el sector construcción, dado a que definía a las personas que creaban obras, edificios, etc.

Según Vargas (2020), el emprendimiento son habilidades que tiene un individuo para tramitar y organizar distintos factores de producción, innovar, desafiar riesgos y enfrentarse a situaciones imprevistas, asimismo, Sandoval et al. (2020), mencionan que el emprendimiento viene dado por las actitudes y capacidades de una persona, que lo conllevan a realizar nuevos proyectos, generalmente creativos, además, señalan que está estrechamente relacionado en el desarrollo de las economías de las naciones, ya que estos fomentan el empleo y el crecimiento de empresas pequeñas.

Por otro lado, Caro et al. (2019), aseguran que para desarrollar una excelente actividad emprendedora, es necesario la unión de varios elementos: las situaciones normales de un país, situaciones determinadas para que los emprendedores se desarrollen, el crecimiento de la economía, la dinámica empresarial, las posibilidades

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

de negocios y el talento que se tenga para emprender, de igual manera, indica que también hay que darles importancia a los grupos personales y al capital social, lo cual otorga elementos notables entre las capacidades que generalmente tienen los emprendedores que muestran un superior potencial de desarrollo.

Por consiguiente, el emprendimiento es considerado como una alternativa de crecimiento económico, lo cual es confirmado por Lederman et al. (2019), los cuales afirman que el emprendimiento es un mecanismo para el crecimiento, y los emprendedores que alcanzan el éxito son personas que convierten ideas en decisiones provechosas, y generalmente para que se de esta transformación se necesitan de aptitudes especiales, como: talento para innovar, introducción de nuevos productos y exploración de nuevos mercados, por lo que es un proceso que requiere de habilidad para dirigir a otras personas, priorizando las tareas y de esta forma maximizar la eficiencia productiva y de esta forma un mejor uso de los recursos disponibles. No obstante, es de gran importancia que no solo se cuenten con esas aptitudes, sino que debe englobar el esfuerzo de trabajo, la voluntad, y una actitud proactiva y positiva.

Además, Ramos et al. (2021), señalan que los emprendimientos pueden orientarse desde dos enfoques: como emprendimiento promovido dentro de una organización, por medio del desarrollo e innovación de nuevos productos, líneas de negocio y formas de gestionar, y por otro lado, un emprendimiento compuesto por la constitución de nuevos negocios o empresas, manejados por una o varias personas.

Por lo anterior, es evidente, que no solo el emprendimiento incluye el nacimiento de nuevos negocios, sino, que las organizaciones o empresas que ya tienen un cierto tiempo operando pueden emprender a través de mejoras internas, tanto a nivel de producción o servicios, así como en cambios en su gestión interna, lo cual le permitirá obtener una mejor operatividad y un crecimiento seguro dentro del mercado donde se desenvuelve.

Es importante resaltar lo expuesto por Surdez et al. (2020), los cuales afirman que los emprendimientos no son vistos solamente de una forma individual, sino también son vistos de una forma colectiva, vecinal, pública y social, dado a que se pueden desarrollar emprendimientos en cada uno de estos sectores, como por ejemplo: emprendimientos empresariales, los cuales buscan un beneficio económico; emprendimientos sociales que van orientador a buscar resolver necesidades de una sociedad y emprendimientos públicos que buscan trasladar los principios empresariales al sector público.

Por lo antes expuesto, se evidencia como se ha ido transformando la conceptualización de emprendimiento, incluyendo nuevos actores capaces de generar una idea y de esta forma conseguir beneficios personales, no solo económicos sino también como crecimiento profesional y crecimiento del negocio, los beneficios a la sociedad, beneficiando sin duda, a personas y por ende repercute en las económicas de los países contribuyendo con su desarrollo.

Características del emprendimiento

De la conceptualización del emprendimiento podemos determinar que las características de este son:

- Es necesario aceptar un desafío, el cual puede tener riesgos y logros.
- Podrá generar en algunas situaciones alcanzar los logros o por el contrario enfrentar reveses.
- Hay que tener presente que incursionar en un negocio, es necesario que para obtener resultados y ser reconocidos debe pasar un tiempo.
- Es necesario contar con creatividad, para así lograr aprender de las experiencias, buscar soluciones y realizar mejoras periódicamente.
- Se debe planificar, administrar y organizar todos los recursos.

Importancia del emprendimiento

Según lo menciona Sumba et al. (2020), los emprendimientos son importantes puesto que estos mejoran la economía, tanto para el emprendedor, como para el país y su gente, entonces, si un país es emprendedor, y tiene muchos emprendedores, el resultado es evidentemente un país con gran cantidad de empresas productivas.

Por otro lado, Nicolás y Rubio (2020), aseguran que los emprendimientos son de gran importancia ya que sirven como mecanismo que apoyo las crisis económicas, reubicando recursos que prometen implementar actividades nuevas para reemplazar las que ya estén obsoletas, además, beneficia la creación de nuevos espacios de trabajo, introducir nuevos bienes en el mercado y establecer competencias.

De lo expuesto, se deja evidencia que los emprendimientos son de gran importancia para cualquier nación, puesto que ellos generan empleos, se ofertan nuevos productos y/o servicios para satisfacer nuevas necesidades, así como pueden lograr acoplarse a los diversos cambios en las económicas, como por ejemplo, en el año 2021 cuando se declaró la pandemia a nivel mundial del Covid-19, lo cual origino que muchos negocios existentes se reinventaran para poder seguir operando, a su vez, el nacimiento de nuevos negocios que surgieron para darle respuesta a las necesidades del momento.

Ventajas del emprendimiento

El hecho de emprender, puede significar el logro del éxito, pero también puede resultar en fracaso, sin embargo, es importante hacer acotar las principales ventajas que

envuelven a esta actividad. Según Benavides et al. (2021), considera que las ventajas de emprender son:

- Se logra la autonomía.
- Se tiene flexibilidad para manejar el tiempo.
- Es posible trabajar desde casa acompañado de la familia.
- En algunas ocasiones se puede generar más dinero.
- Se incrementa la productividad.
- Se crean productos y servicios nuevos, así como tecnologías.
- Es capaz de modificar y rejuvenecer la competencia en los mercados.

Hay individuos que visualizan una vida libre de compromisos laborales ante un tercero, lo cual se logra cuando este decide emprender en un negocio propio, disfrutando de las ventajas anteriormente señaladas, siendo estas las que mayor atracción les generan a las personas cuando toman la decisión de apostar por su idea de negocio.

Componentes para emprender

Para embarcarse en el mundo del emprendimiento, es necesario contar con ciertos componentes, los cuales permitirán alcanzar los objetivos y metas. En este sentido, Romero et al. (2020), señala que son cuatro los componentes principales, mencionados a continuación:

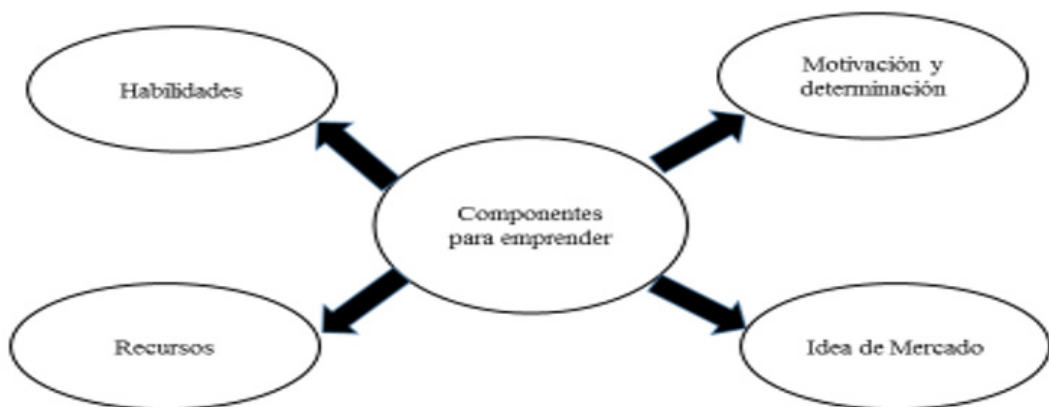
- **Motivación y determinación:** Se refiere al ambiente social donde hace vida el individuo: familia, educación,

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

aspectos socioculturales y políticas gubernamentales.

- **Idea y Mercado:** Establece la creación de conveniencia de negocio y su factibilidad.
- **Recursos:** Tiene que ver con el factor económico que envuelve el proceso, la tipificación y obtención de los recursos: financieros, tecnológicos, materiales, infraestructura y el recurso humano.
- **Habilidades:** Son todos los conocimientos, habilidades y destrezas, además de la práctica que debe poseer un empresario.

Figura 1



Fuente: Elaboración propia

El hecho de contar con cada uno de estos componentes, hace posible la materialización de la idea de negocio, dado a que todos, son primordiales para desarrollo del mismo, por lo que es esencial que todos estén presentes al momento de emprender.

Teorías del emprendimiento

Según lo menciona Terán y Guerrero (2020), existen diversas corrientes que sustentan las teorías del emprendimiento, dado a que estos pueden observarse desde diferentes puntos de vista, por ella cada una busca explicar el comportamiento del emprendedor en cada uno de los casos, a través de sus postulados.

En la tabla 1, se describirán las teorías desde el punto de vista económico, en la tabla 2 desde el punto de vista psicológico, en la tabla 3, desde el punto de vista sociológico y en la tabla 4. desde el punto de vista de gestión empresarial.

Tabla 1 - Teorías de emprendimiento desde el punto de vista de la Economía

Teoría Clásica	Esta teoría destacó los beneficios del libre comercio, la especialidad y la rivalidad. Igualmente detalló las obligaciones gerenciales del emprendedor en relación con la producción y la distribución de patrimonios en mercados competitivos. Esta teoría fue criticada, porque estos teóricos no tomaron en cuenta el accionar dinámico que crearon los emprendedores durante la era industrial.
Teoría neo-clásica	Nace luego de las críticas realizadas a la teoría clásica. Se ha razonado el alcance del intercambio y el descenso de la utilidad marginal creando idóneos impulsos para el emprendimiento. Esta actividad también fue muy criticada, por ejemplo, la demanda adicionada desconoció la particularidad que tiene la actividad emprendedora a nivel personal y que la competencia perfecta impide la innovación y la actividad emprendedora.
Teoría de Schumpeter de la innovación	Las críticas al movimiento neoclásico dieron origen a otro, que se dio a conocer como el Proceso de Mercado de Austria (AMP, por sus siglas en inglés). Este modelo fue incidido por Schumpeter, quien señaló el espíritu emprendedor como la fuerza impulsora de un sistema establecido en el mercado. Asimismo, manifestó que la innovación implica la resolución de problemas, e hizo énfasis que los emprendedores son solucionadores de problemas. Según él, la percepción de nuevas concepciones que crean innovación abarca las siguientes situaciones: 1. Nuevos bienes y/o servicios, 2. nuevos métodos de producción, 3. nuevos mercados, 4. nuevas fuentes para el abastecimiento de materias primas y 5. Nueva organización.

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

Teoría de la Eficiencia-X de Leibenstein	Esta teoría fue propuesta por Harvey Leibenstein conocida también como "Gap Filling Theory". Argumento que el emprendimiento estaba explícito por la Eficiencia-X, que se refiere al nivel ineficiente en que los recursos internos de una empresa son manejados. Asimismo, vio al emprendimiento como una respuesta creativa a la Eficiencia-X. Por lo que considero que la inexistencia de esfuerzos de las personas y la ineficiencia existente en las empresas, dan paso a que los emprendedores, por lo que considera que esta actividad puede representar una amenaza competitiva para estas organizaciones ineficientes.
Teoría de Mark Casson	Teoría propuesta por Mark Casson, el cual evidencio que la penetración del emprendimiento se produjo gracias a la necesidad de adaptarse a los cambios. Además, señaló que la acogida de los emprendimientos se vio condicionada por la falta de cualidades personales necesarias. También estableció que para lograr ser un emprendedor exitoso se debían tener algunas cualidades naturales, como la imaginación.
Teoría de Papanek y Harris	Fue propuesta por Papanek y Harris, los cuales señalaron que el emprendimiento y el crecimiento económico ocurren cuando existen condiciones económicas propicias. En la visión de estos investigadores, el desarrollo emprendedor va de la mano con los incentivos económicos, es decir, la conexión entre el beneficio económico y la actividad interna puede conducir al desarrollo del emprendimiento y el beneficio económico se toma como una circunstancia suficiente para la creación de iniciativas emprendedoras en las economías.
Teoría de Harvard School	Esta teoría toma el emprendimiento como el efecto de combinar las fuerzas internas y externas. Las fuerzas internas son aquellas cualidades internas que tiene una persona como la inteligencia, habilidad, conocimiento, intuición, exposición etc., las cuales inciden notablemente en el emprendedor. Por otro lado, las fuerzas externas, comprende todos los factores económicos, políticos, sociales, culturales y legales que inciden en el surgimiento y crecimiento del emprendimiento en una economía.
Teoría de ajuste de Kizner	Para Kizner, el componente primordial de todo emprendedor es estar alerta de la información, enfatizando que el emprendimiento cumple un rol equilibrador, ya que alega que cuando los mercados están equilibrados hay circunstancias propicias para generar ganancias, lo cual aprovechan los emprendedores para sacarle provecho a esta circunstancia y nivelar los mercados.
Teoría de beneficio de Knight	Según Knight, los emprendedores son grupos especialistas, capaces de asumir y batallar con la incertidumbre y ve al emprendedor como aquel que recibe las ganancias y puede identificarla como su premio, por asumir las consecuencias de la incertidumbre.
Teoría del equilibrio de mercado de Hayek	Esta teoría fue propuesta por Hayek. Su contribución más importante fue la identificación del déficit de emprendedores durante la economía neoclásica, asociado con el supuesto equilibrio del mercado. Asimismo, indicó que las actividades comerciales de un emprendedor pueden ser: 1. Combinación de medios y recursos para la producción. 2. Realizar funciones de planificación, programación y toma de decisiones y 3. Asegurar ingresos, ganancias e intereses fijos como recompensa para los emprendedores.

Fuente: Terán y Guerrero (2020)

Tabla 2 - Teorías de emprendimiento desde el punto de vista de la Psicología

<p>Teoría de los rasgos de personalidad</p>	<p>Según Coon, los rasgos de personalidad se refieren a todos aquellos caracteres invariables que posee un individuo, para enfrentar diversas situaciones. Consideran que hay caracteres naturales perenes o viables que hacen a un emprendedor. Unos rasgos o comportamientos que están coligados en un emprendedor, es que suelen ser inducidos por las oportunidades, exhiben altos niveles de creatividad e innovación, así como demuestran altas habilidades para la gestión y noción empresarial. Además, también se ha demostrado, que son optimistas, emocionalmente resistentes y enérgicos mentalmente, trabajan fuerte, demuestran su alta responsabilidad y persistencia, y progresan compitiendo por la excelencia.</p>
<p>Lugar de control</p>	<p>Rotter expone, que cuando se habla del lugar de control, que los resultados que se originen de nuestras acciones dependerán directamente de lo que hacemos (disposición de control interno) o por acontecimientos más allá de nuestro control (disposición de control externo). Por cuanto el éxito de los emprendedores se origina de sus habilidades, pero también del apoyo externo. En el caso de los individuos con un lugar de control interno entienden que son aptos para controlar cada acontecimiento de su vida, mientras que las personas con un lugar de control externo entiendes que cada acontecimiento en su vida se ve influencia por elementos extornos como la casualidad, la suerte o el destino.</p>
<p>Teoría de la necesidad de logro</p>	<p>Propuesta por McClelland, que explica la necesidad humana para lograr el éxito. Los emprendedores están motivados por la necesidad de sobresalir. Además, la necesidad a alcanzar el logro, pudiera ser el único elemento de una persona asociado al inicio de una nueva empresa. También hay evidencias que apuntan que los emprendedores muestran ser amantes de los riesgos, por lo que prefieren asumirlos y desechar oportunidades de ingresos seguros.</p>
<p>Teoría del ingenio personal</p>	<p>Un elemento clave para el crecimiento y desarrollo de empujes emprendedores es el ingenio personal. Por lo que esta teoría involucra la cantidad de emprendedores disponibles en la sociedad. 1. Funcionamiento cognitivo, ya que se presume que las acciones llevadas a cabo por las personas necesitan de un comportamiento cognitivo tales como las emociones, sentimientos internos, pensamientos y acciones que aprecian el escenario, donde el conocimiento esta oscurecido por el riesgo y la contribución motivacional. 2. Aspectos de la psicología humana, como la predisposición humana, la innovación, la cimentación de la organización, la voluntad de poder, el deseo de conquista, etc., que intervienen en el espíritu emprendedor.</p>

Fuente: Terán y Guerrero (2020)

Tabla 3 -Teorías de emprendimiento desde el punto de vista de la Psicológica

<i>Teoría de las creencias religiosas</i>	<p>Esta teoría sustenta que el emprendimiento va en función de los dogmas religiosos, lo cual influye en la cultura emprendedora. Las principales características son:</p> <ol style="list-style-type: none">1. El espíritu del capitalismo, elemento que marca el norte al emprendedor y hace que se dediquen a actividades que produzcan ganancias2. El espíritu aventurero influenciado por el poder del impulso,3. La cualidad protestante que suele estar relacionada a la ética de sus antecedentes culturales, su tipo de personalidad y las prácticas con la sociedad y4. Incentivo de ganancias: el cual se sustenta que a bajos precios y altos volúmenes en los negocios son la vía en que los emprendedores consiguen ganancias.
<i>Teoría de la oferta emprendedora</i>	<p>Esta teoría parte del antecedente que los problemas principales del desarrollo económico no son económicos, dando énfasis a los valores culturales, la posibilidad de roles y las componentes sociales como factores claves que establecen la oferta de emprendedores. Además, dentro de esta teoría se observan cinco postulados:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Un guía a perseguir en las sociedades son los emprendedores, ya que constituyen un distintivo modal.2. La personalidad modal es originario del condicionamiento social,3. Expectativas de rol y el rol emprendedor,4. El carácter interior del emprendedor está coartado por la crianza y su educación, herencia cultural común.5. La dinámica de los emprendedores está provocando grandes cambios que están siendo impulsados por factores sociales.
<i>Teoría del cambio social</i>	<p>En esta teoría según Hagen y Hamilton y Harper, mencionan que algunos componentes que originan la creatividad del emprendedor y representan un elemento primordial para las transformaciones sociales y el crecimiento económico son:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Se debe considerar un modelo general de una sociedad que contemple la interrelación del entorno físico, la cultura social, la personalidad y la cultura,2. Piensa que el emprendedor es un creativo que soluciona problemas, crea desarrollo económico que combina con el cambio político y social,3. Exhortaron en que se intimidara el síndrome del seguidor por parte del emprendedor,4. Los cambios sociales y el avance tecnológico, que ha originado el surgimiento de un nuevo tipo de emprendedores de distintas clases y comunidades,5. Ratifica que la condición de respeto es la vía para una rigurosa actividad emprendedora; cuando se pierde el respeto, se dirige a cuatro respuestas distintas y por lo tanto a cuatro características de personalidad, por cuanto a) <p>Retratador: Son los que cumplen con el trabajo en la sociedad pero se muestran insensibles ante su conveniente posición;</p> <p>b) Ritualista: Son los que acogen una personalidad defensiva,</p> <p>c) Reformista: Es el</p>

Terán y Guerrero (2020)

	<p>que muestra rebeldía y hace el intento de instaurar un nuevo orden en la sociedad. d) Innovador: Son las personas creativas, capaces de transformar todas las posibilidades en oportunidades y de esta forma poder convertirse en un emprendedor.</p>
<p>Teoría de patrón de nivel de grupo</p>	<p>En esta teoría se analizaron las carencias dentro de la interpretación psicogenética del emprendimiento, proponiendo una serie informal en que grupos solidarios desarrollaron códigos de intercambio para mejorar su estatus dentro de estructuras más grandes y lograr llegar hacerse emprendedores. También se establece que el emprendimiento es el resultado de los historiales familiares, de las prácticas y la manifestación del individuo como pieza de un grupo y como reacción a los valores universales.</p>
<p>Teoría de Hoselitz</p>	<p>Esta teoría expone que la oferta del emprendimiento se maneja por factores culturales y que las minorías culturales son las exhalaciones del progreso económico-emprendedor. Lo cual puede visualizar desde varias perspectivas de naturaleza cultural: 1) las personas marginadas son el arranque para que los emprendedores se desarrollen, 2) los emprendedores deben tener excelentes habilidades para el liderazgo y la gestión para la obtención de ganancias y 3) La presencia de emprendedores en algunos países vienen marcados por un determinado nivel socioeconómico.</p>
<p>Teoría de Stoke</p>	<p>La teoría describe como podría surgir el espíritu para emprender bajo ciertos preceptos sociales, cultura social y la gestión económica. Stoke aludió que las oportunidades personales y sociales además de la necesaria colocación psicológica pueden verse como situaciones para que la corriente propia se cambie al emprendimiento industrial.</p>
<p>Teoría Antropológica</p>	<p>Esta teoría contempla que, para comenzar una empresa con éxito, hay que estudiar y considerar los contextos sociales y culturales. Haciendo recalcar el modelo de emprendimiento cultural, por cuanto este modelo contempla que se crean bajo el predominio de la propia cultura. Donde las prácticas culturales originaran las actitudes emprendedoras como la innovación que conllevan a la creación de los emprendimientos. Así mismo la raza de un individuo influye en sus actitudes y comportamiento, dado a que la cultura irradia las complejidades raciales, sociales, económicas, ecológicas y políticas específicas de un individuo.</p>

Tabla 4 - Teorías del emprendimiento desde el punto de vista de gestión empresarial

Teoría basada en oportunidades	Esta teoría expone que los emprendedores no provocan cambios según lo afirmó Schumpeter, sino que aprovechan las oportunidades que crean. El sistema de oportunidades de Drucker muestra que los emprendedores piensan más en las oportunidades que presenta el cambio que en los problemas. Por otro lado, Stevenson y Harmeling concluyeron que el eje del liderazgo emprendedor es la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos que pueda tener controlados.
Teoría basada en los recursos	Esta teoría contempla que poder acceder a los recursos es un esencial predictor para el emprendimiento que se basa en oportunidades. Además, resalta lo importantes que son los recursos financieros, sociales y humanos. Por lo tanto, tener posibilidad de acceder a los recursos aumentara la capacidad de un individuo para descubrir y proceder ante una oportunidad descubierta.
Teoría del capital financiero y liquidez	En la práctica de la investigación se ha confirmado que la creación de nuevas empresas es más factible cuando existe una vía para obtener capital financiero. Implícitamente la teoría plantea que los individuos que cuentan con capital financiero están en mejores condiciones de obtener recursos para conseguir eficazmente la oportunidad emprendedora. Además, también cree que los emprendedores poseen recursos personales concretos que ayudan a reconocer las nuevas oportunidades e integrar nuevos recursos. De igual manera la investigación ha mostrado que algunos individuos son mejores que otras para reconocer y aprovechar las oportunidades, porque tienen un mejor acceso a la información y cuenta con antecedentes en cuanto a conocimientos.
Teoría del capital social o de la red social	Esta teoría contempla que los emprendedores quedan integrados a una gran estructura de red social que forma una característica simetría de su estructura de oportunidades. Además, se objeta que una persona puede tener la capacidad para reconocer la existencia de una oportunidad emprendedora particular, pero les hacen falta los vínculos sociales para convertir esa oportunidad en una nueva empresa. Se cree que conseguir acceder a una red social más grande permitiría sobresalir ante este problema. Los lazos sociales más fuertes que se mantengan con los proveedores de recursos facilitarían el acceso a estos y crecerá la probabilidad de aprovechar de oportunidades.
Teoría del emprendimiento del capital humano	Existen dos factores en esta teoría: la educación y la experiencia. A través de la educación se adquieren conocimientos y la experiencia constituye un recurso distribuido heterogéneamente en los individuos y es fundamental para entender las diferencias en el reconocimiento y explotación de oportunidades. La investigación empírica ha demostrado que los factores relacionados al capital humano se relacionan positivamente para que se conviertan en emprendedores nacies, teniendo una mayor conciencia de las oportunidades e incluso alcanzar el éxito empresarial.

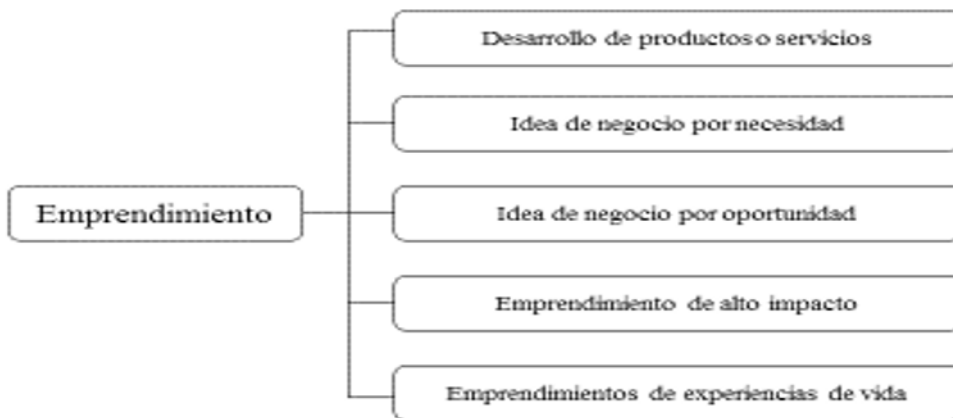
Fuente: Terán y Guerrero (2020)

Tipos de emprendimientos

Es importante destacar que los tipos de emprendimientos pueden variar, de acuerdo desde la óptica en que sean vistos. Una de las clasificaciones a mencionar son las de (Pacheco et al.) (2022), la cual se muestra en la figura 2.

Figura 2

Tipos de emprendimiento



Fuente: Pacheco et al. (2022)

Al hablar de emprendimientos de desarrollo de productos o servicios, se trata de algo innovador, por lo que la propiedad intelectual será de su autoría, mientras que el emprendimiento de negocio por necesidad es aquel que nace para cubrir ciertas necesidades de una persona, el emprendimiento por idea de negocio por oportunidad es aquel que se da, como su palabra lo indica, para aprovechar una oportunidad que se presenta, asimismo, el emprendimiento de alto impacto es aquel que generan innovaciones llamativas para un determinado mercado, los cuales pueden llegar a crecer aceleradamente en los primeros años, y por último, el emprendimiento de experiencias de vida es cuando las ideas se fundamentan en su proyecto de vida, poniendo en práctica los conocimientos y estilos de vida de la persona que emprende.

Sin embargo, para Rodríguez et al. (2020) los emprendimientos pueden caracterizarse tal como se muestra en la tabla 5.

Tabla 5 - Tipos de emprendimiento

Tipo	Clasificación	Características
Según el tamaño	<i>Emprendimientos pequeños</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Propietario administra su negocio - Cuenta con un máximo de dos empleados - Se refieren a los que tienen que ver con innovación tecnológica
	<i>Emprendimientos escalables</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Crecen en un tiempo más corto - Se fundamentan en la instauración de modelos de negocio repetibles y escalables
	<i>Emprendimientos grandes</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Sus ciclos de vida son limitados - Sus procesos de innovación se actualizan constantemente en sus productos y servicios - Siempre están investigación y comprendiendo las modificaciones del mercado
	<i>Emprendimientos sociales</i>	<ul style="list-style-type: none"> - No persiguen un beneficio - Pretende innovar en educación, los derechos humanos, la salud y el medio ambiente
Según la innovación	<i>Emprendimiento innovador</i>	<ul style="list-style-type: none"> - La innovación es posible a través de la investigación y desarrollo - Cuenta con financiamiento para desarrollar los procesos - Son los que pueden identificar necesidades u oportunidades para desarrollar un negocio
	<i>Emprendimiento oportunista</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Son sensibles para descubrir, explotar y ejecutar las oportunidades - Sus procesos de investigación, crecimiento y desarrollo se llevan mucho tiempo
	<i>Emprendimiento Incubador</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Generalmente se presenta en empresas grandes y posicionadas en un mercado
	<i>Emprendimiento imitación</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Son aquellos donde copian un producto o servicio que ya ha alcanzado el éxito en un mercado

Fuente: Rodríguez et al. (2020)

Estos tipos de emprendimientos dejan explicito, que la actividad del emprendimiento dependerá de la razón para la que se quiere lograr, de esta manera, están los emprendimientos que realizan solo una persona y también

la que se realizan en grupos, también están los que se desarrollan para lanzar un nuevo producto o servicio, pero también, para mejorar un producto o servicio ya existente.

Además, están los emprendimientos que pueden lograr los objetivos a corto y largo plazo, así como los emprendimientos sociales que están enfocados en las áreas de educación, salud, derechos humanos y medio ambiente, que van en busca de la mejora de cada uno de estos sectores.

Sin embargo, debido a la influencia de la globalización, los progresos tecnológicos y la tecnología de información y Comunicación (TIC), han dado paso al nacimiento de nuevos tipos de emprendimientos, por lo que a continuación se describirán algunos de ellos.

Según lo señala Lezana et al. (2022), están los emprendimientos dinámicos, que son emprendimientos que tienen un gran potencial de crecimiento, dado a que pueden cambiar y adaptarse de forma más radical a las peculiaridades del mercado, verlos desde una perspectiva de recursos pero también de los aspectos intangibles como los modelos de negocio que acogen y el uso de la tecnología, estos emprendimientos se valoran por haber conseguido un monto de mil millones de dólares (americanos), por lo cual también son llamados emprendimientos unicornios.

Por otro lado, Prendes (2022), indica que un emprendimiento digital debe estar asociado a la idea de rentabilidad y negocio en el marco de sistemas innovadores, por lo que se plantean determinantes personales, procesuales y de ecosistema que se establecen en este tipo de emprendimiento. Estos determinantes se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 6 - Determinantes del emprendimiento digital

Dimensión	Determinantes	Indicadores
Emprendedor	1. Características personales y competencias	- Son las características básicas necesarias para iniciar un negocio digital - Maleabilidad competitiva
	2. Toma de decisiones y racionalidad	- Calidad para enfrentar el riesgo y la oportunidad - Estar motivados
	3. Resultados personales	- Estatus social - Oportunidad para el emprendimiento
Proceso de emprendimiento digital	4. Prerrequisitos para la digitalización	- Facultades digitales - Comprobación y vigilancia - Contar con infraestructuras digitales
	5. Cambios dinámicos para la transformación de los negocios	- Presencia digital en las actividades operativas - Establecer valor - Elementos para generar ingresos - Ser competitivos y carácter de liderazgo - Obtener conocimiento y formación estratégica - Predisposición al negocio digital
	6. Modelo innovador de negocio digital	- Transformación en la alineación de las empresas digitales - Contar con herramientas digitales - Se enfrenta a riesgos relacionados con los modelos de negocio innovadores - Certificación y valoración de modelos innovadores de negocio - Insuficiencias en modelos de negocio digital
	7. Oportunidades de negocio digital	- Hacen el papel de intermediario - Impulso de roles - Dominio en el ámbito social
Ecosistema	8. Entorno empresarial digital local	- Existencia de disponibilidad o limitaciones de recursos - Cualidades para el emprendimiento digital - Predominio del contenido para la creación de start-up digital
	9. Infraestructura para el negocio digital	- Contexto para los cluster digitales - Proporcionar escenarios de infraestructura - Contar con arquitectura para la infraestructura digital
	10. Colaboración y valores sociales	- Métodos para entablar relaciones - Interacción entre comunidad y modelo de redes

Fuente: Prendes (2022)

Modelos de emprendimiento

Hay disponibles distintos modelos que sirven para analizar de diferentes perspectivas de un emprendimiento, estos contienen desde la oferta u ofrecimiento de valor de la empresa, así como las actividades que se realizarán y poder producir productos o prestación de servicios Borja et al. (2020). Dentro de los modelos más utilizados están:

- **Modelo Canvas:** El cual viene representado por un lienzo de negocio, el cual se ha popularizado esta metodología para entender los negocios que ya existen y también para el diseño, entendimiento e innovación de nuevos negocios. A través de este lienzo se logra conseguir un excelente detalle de todas las áreas que constituirán el modelo de negocio, a través de nueve elementos, acompañados de preguntas de reflexión.
- **Modelo Timmons:** Está fundamentado en tres pilares: el mercado, las personas y los recursos. Este modelo, un empresario exitoso se considera el que reúne y estabiliza cada uno de estos elementos. Los emprendedores deben hallar una oportunidad y al detectarla, sacarle provecho constituyendo un componente, reuniendo los recursos necesarios para iniciar un negocio y beneficiarse de la oportunidad.
- **Modelo Isun:** Las siglas significan: Inicie su Negocio (ISUN), este modelo va encaminado a los empresarios que están por comenzar un negocio, también tiene una idea concreta. Se trata de un programa de formación que contiene trabajo de campo y apoyo post-capacitación. Se lleva un tiempo aproximado de 5 días y otorga asesorías para comenzar con la empresa, diseñando un plan de negocio y evaluando la factibilidad del proyecto.

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

- Modelo GEM: El modelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), corresponde a un proyecto de investigación que comenzó por la necesidad de tener disponible información importante y que pueda estar disponible a nivel internacional, en el cual se analizan las tipologías del emprendimiento y sus distintas etapas. A partir de su nacimiento este modelo ha colocado sus esfuerzos en descubrir las complicadas relaciones que se dan entre el emprendimiento y el desarrollo. Además, también acoge un acercamiento comprensible y toma en cuenta la función que realizan las nuevas y pequeñas empresas y como cada una de las actividades emprendedoras se desenvuelven en un país, y de esta forma identificar los distintos tipos y fases del emprendimiento.

Según Hernández et al. (2019), este modelo nace como un proyecto cuya idea original del profesor Michael Hay y el profesor Paul Reynolds, que comienza en el año de 1999 con un trabajo entre el Babson College de Estados Unidos y el London Business School del Reino Unido, su objetivo es el análisis del porque hay países más emprendedores que otros y la relación que tiene el emprendimiento con el crecimiento económico. Asimismo, se encargan de emitir informes globales, nacionales, regionales y locales sobre la información de la actividad emprendedora en el mundo, los cuales publican anualmente y que detallan todo lo que se relacionado con los emprendimientos como: financiación, genero, ámbito rural, educación y formación emprendedora, creación de empresas con alto potencial de crecimiento, emprendimientos sociales, corporativos, emprendimientos y bienestar, entre otros.

Otros de los modelos de negocios que no puede dejar de nombrarse son los modelos de negocio tipo franquicia,

los cuales según lo expone Gómez (2022), es un negocio que se concreta mediante la firma de un contrato, donde el interesado (franquiciador) a cambio de una prestación monetaria, concede el derecho a otra parte, señalado como franquiciado, para explotar, producir y comercializar un producto o servicio que ya está posicionado en el mercado. Este proceso encierra el adiestramiento, acompañamiento y el conocer a la organización, como parte de la transferencia de conocimientos.

Factores que pueden fomentar o limitar los emprendimientos

Es claro que, como toda actividad, los emprendimientos se enfrentan a diversos factores, los cuales pueden incidir positivamente para su desarrollo, pero también que afecten negativamente e impidan lograr su objetivo. En este sentido, Tafur (2019), menciona que algunos de estos factores pueden ser:

- La educación y capacitación que se tenga.
- La instalaciones comerciales y profesionales
- Las instalaciones físicas
- Acceso a la información
- Traspaso de información y desarrollo
- Reglas sociales y culturales
- Existencia de políticas gubernamentales
- Encontrar financiamiento
- Poseer capacidad para Emprender

Cualquiera de estos factores puede incidir de forma positiva o negativa al emprendimiento, un ejemplo positivo

sería: contar con capacitación y educación sobre cómo crear y manejar un negocio, lo cual representara una ventaja para el emprendedor en comparación con otras personas que no cuenten con ella, y en este caso se convertiría en un factor negativo al momento de emprender.

Factores claves para el fracaso del emprendimiento

Tal y como lo menciona Villamar (2020) están presentes catorce factores claves para llegar al fracaso, estos son:

- Llevar a cabo el emprendimiento por un motivo, sin estar motivado.
- No poseer perfil emprendedor.
- No caracterizarse por ser un luchador.
- Buscar socios cuando no se necesiten.
- Elegir socios sin concretar razonamientos notables.
- Distribuir las ganancias a partes iguales, cuando no todos han aportado en igualdad.
- Inexistencia de confianza y comunicación entre los asociados.
- Creer que el éxito dependerá solo de la idea.
- Incursionar en sectores que no son de su agrado o que lo desconocen.
- Penetrar en sectores con actividades escasamente atractivos.
- Concebir que el negocio dependa de las escaseces familiares y codicias materiales.

- Comenzar a emprender sin tener en cuenta el impacto que originara en el equilibrio vital como personas.
- Establecer un modelo de negocios que no generen beneficios a corto plazo y de forma razonable.
- Convertirse en emprendedor y no en un empresario más, y saber dejarlo a tiempo.

Cada uno de estos factores, deben ser tomados en cuenta al momento de emprender, ya que se debe analizar y planificar la idea, así como estudiar el mercado donde se incursionará y el producto o servicio que ofertará, para que de tal manera pueda garantizar la vida del emprendimiento.

Efectos de la informalidad de los emprendimientos

Generalmente los emprendimientos se crean bajo un ambiente de informalidad, lo cual puede ser producto de distintos factores como emprender para buscar un ingreso económico, sin embargo bajo esta informalidad, suelen mover la economía a través de la circulación del dinero; esta informalidad genera más efectos negativos que positivos, dado a que un emprendimiento informal genera una competencia desleal ante aquellos negocios formales, ya que se pueden ofrecer productos o servicios a precios más bajos, dado a que estos se ahorran por no pagar impuestos o permisos, mientras que los negocios formales a parte de sus costos fijos (alquiler, insumos, etc.) deben cancelar los impuestos al emitir la factura, cotizar el seguro social, pagar patentes, permisos de funcionamiento, entre otros (Coronel y Ortega, 2019).

CAPÍTULO II

EL EMPRENDEDOR Y EL PROCESO DE EMPRENDER



Conceptualización

Bravo et al. (2021), mencionan que la definición de emprendedor apareció por primera vez en 1755 de la mano de Cantillon, en su obra titulada "Essai sur la nature du comerce", definiéndolo como un dependiente que compra los medios para producir un producto a un precio, combinándolos ordenadamente para conseguir un nuevo producto. Para el año 1912, Shumpeter hace mención al término para describir a los individuos que tienen ideas de negocios y que además poseen habilidades para ponerlas en marcha.

Por otro lado, Olórtegio y Mauricci (2021) aseguran que el emprendedor es un individuo que toma una decisión y después ejecuta la acción para hacer realidad su idea de negocio, sin ver atrás, por lo que son capaces de tolerar cualquier acometida y/o caída, asumiendo agradablemente aquellas malas situaciones, que son transitorias. De igual manera, para Huilcapi y Mora (2020), un emprendedor es aquel individuo capaz de asumir riesgo en el momento de tomar decisiones, se responsabiliza al crear una empresa, se vale de los huecos de los mercados, por lo que un emprendedor no se considera un inventor, científico o dueño de capital, sino más bien, es un innovador capaz de poner en marcha una nueva empresa para renovar el lienzo empresarial de una sociedad.

Asimismo, Vázquez-Espinosa y López-Suárez (2019) mencionan que para cualquier emprendedor, arrancar un nuevo negocio implica tener a su disposición distintos recursos; recursos personales (habilidades, talentos y actitudes), recursos familiares (apoyo del grupo familiar como componente primordial para lograr el éxito, recursos financieros o administrativos (habilidades administrativas para desarrollar planes de negocio o comunicarse con los clientes), recursos materiales necesarios para la operatividad del negocio (insumos, materia prima, equipos y también la infraestructura)

Características, habilidades y destrezas del emprendedor

En la teoría existen múltiples características de un emprendedor, descritas por diversos autores, sin embargo, tomaremos en cuenta las mencionadas por Morales (2019), las cuales son descritas en la tabla 7.

Tabla 7 Características de una persona emprendedora

<p>Factores motivacionales: Son aquellos factores que motivan, mantienen y conducen las conductas hacia el logro de un objetivo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Poseer precisión de logro - Saber reconocer - Exigencia en el desarrollo personal - Poder captar beneficios económicos - Baja necesidad de poder y status - Falta de independencia - Carencia para afiliarse o recibir ayuda - Precisión de escaparse, refugiarse o subsistir
<p>Características personales: son aquellas que constituyen los rasgos personales de una persona, innatas en ellas y que deben ser estimuladas y desarrolladas en un entorno adecuado: familia, escuela y entorno social</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Poseer determinación personal - Talento para tomar decisiones - Asumir riesgos - Disposición para buscar oportunidades - Seguridad emocional y autocontrol - Disposición para alcanzar objetivos claros - Locus de control interno (se imputa solo a él los éxitos o fracasos) - Paciencia para enfrentar la indeterminación y dudas - Ser flexible a las relaciones sociales - Tener acepción de premura, y valorar el tiempo - Ser honesto, íntegro y tener confianza - Ser perseverante y constante - Ser responsable - Ser independiente - Ser optimista
<p>Características físicas: Tienen que ver con una buena salud, que permita desarrollar trabajos que requieran un mayor esfuerzo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ser enérgico - Trabajar con empeño
<p>Características intelectuales: Se relacionan con el conocimiento y aptitudes del individuo, lo cual le permite avanzar en su proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ser variable, flexible, creativo, y capacidad de imaginación e innovación - Explorar en busca de la verdad y de información - Planificar y revisar los resultados - Poder para analizar las situaciones - Perspectiva para comprender los problemas - Talento para la resolución de problemas - Planificar para conseguir metas en un tiempo determinado

Competencias generales: Son aquellas que permiten que el negocio pueda hacer frente a la competencia.

- Ser un líder
 - Estar orientados hacia el cliente
 - Facultad para obtener recursos
 - Ser un gerente u administrador de recursos
 - Seguir un modelo de producción
 - Demandar eficacia y calidad
 - Conducir y gestionar la empresa
 - Establecer un grupo de contactos
 - Ser comunicativo
-

Fuente: Morales (2019)

Como se puede observar un emprendedor debe ser una persona que integre todas o la mayoría de cada una de estas competencias, para que sus emprendimientos logren los frutos y objetivos que se propongan. Por su parte, Pérez et al. (2019), destacan que las características de un emprendedor deben venir acompañadas por habilidades, competencias y cualidades, las cuales hayan sido aprendidas a lo largo de su vida o simplemente por experiencia, por lo que describe las características del emprendedor de la siguiente manera:

a) Expresan un grado muy alto nivel de confianza: el cual se basa en diferentes factores como: pasión por el proyecto, los conocimientos que se tienen sobre lo que se desarrollada, la disponibilidad de recursos, lo que se necesita, como obtenerlo y en que se utilizara. Así como también conocer cuáles son las necesidades insatisfechas, ya que estas serán las que cubrirá el producto o servicio que ofrecerá.

b) Ser creativos e innovadores: Algunos individuos consiguen crear una idea creativa, a través de la iniciativa y la capacidad de colocar en prácticas las ideas, definiendo su cultura innovadora, lo cual es posible si están motivados.

c) Demostrar pasión por lo que hacen: A través de la pasión es posible encontrar soluciones creativas e innovadoras y de esta forma progresar y evolucionar. Además, estos individuos muestran que les place el trabajo

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

que hacen, lo disfrutan, creen en el y no les interesa si tienen que dedicarle horas y esfuerzo para el desarrollo de su proyecto.

d) Toman riesgos: Son capaces de asumir con voluntad, el enfrentarse a la inseguridad y dificultades que se presenten en el desarrollo de un proyecto.

e) Poseen gran voluntad y capacidad para laborar durante largas horas: Esto por el amor que sienten en realizar el trabajo y por definirse metas que quieren lograr, por lo que la motivación y la voluntad es mayor a trabajar un tiempo que les permita alcanzar lo que anhelan.

f) Ser competitivos: Tienen a su disposición instrumentos de planeación que son necesario para computar y aumentar su participación dentro del mercado, como se comporta dentro de este y cómo lograr mantenerse o aumentar a pesar de los diferentes factores.

g) Se enfocan en lo que desean: Poseen una percepción sobre el proyecto que desean emprender, así como los beneficios que quieren alcanzar, teniendo claro los objetivos y metas.

h) Observan una oportunidad y la persiguen insistentemente: Emplean ímpetu al emprender un negocio, lo cual los motiva a conseguir sus objetivos y lograr lo que anhelan.

i) Poseen convicción propia y creen en sus ideas: A través de la confianza en sí mismas, permite que sus ideas sean bastante buenas para realizar el desarrollo de un proyecto.

Además de las características que deben poseer los emprendedores, estos deben contar con ciertas habilidades y destrezas que le permitan lograr su cometido, en este sentido, Real et al. (2020), indican que la habilidad

empresaria viene dada por el potencial que tiene una persona, sus conocimientos y capacidades para realizar la actividad de emprender, por otro lado están las destrezas, las cuales son las capacidades o habilidades que le permiten realizar una tarea eficientemente a través del manejo de culturas teóricas y prácticas.

En la tabla 8 se muestran las habilidades y destrezas que se consideran debe tener todo emprendedor.

Tabla 8 Habilidades y destrezas del emprendedor

Habilidades emprendedoras	Destrezas emprendedoras
Dirección	Reconocer las oportunidades
Innovación	Plantear proyectos nuevos
Negociación	Establecer los recursos imprescindibles para la puesta en marcha
Trabajar en equipo	Poder de palabra para expresar sus ideas
Iniciativa	Ser creativos
Decisión	Tener introspección
Ajustarse a los cambios	Susceptibilidad para entender los cambios
Competitividad	Carácter para dominar el miedo al fracaso y el riesgo
Habilidades para organizar y coordinar	Pensamiento proactivo
Capacidad de Trabajo	Facultad para crear
Creatividad	Facultad para planificar
Tomar riesgos	Ser eficiente
Facultad de liderazgo	Ser valiente
Independencia y autoconfianza	Competente para dar calidad
Enfoque y responsabilidad social	Percepción
Destreza para delegar	Competente para negociar
Capacidad para la coordinación	Comprensión efusiva

Fuente: Real et al. (2020)

Tipos de emprendedores

Así como se definieron los diferentes tipos de emprendimientos, también es importante resaltar los tipos de emprendedores, los cuales según lo menciona Pérez et al. (2020), pueden clasificarse en cinco grupos:

1. El emprendedor administrativo, utiliza la investigación y desarrollo con el propósito de crear nuevas investigaciones y pulir las diferentes formas de realizar las actividades.
2. El emprendedor oportunista, es aquel que constantemente está investigando las oportunidades que pueda presentarse.
3. El emprendedor adquisitivo, es el que está en constante innovación, permitiéndole optimar sus actividades y lograr crecer como emprendedor.
4. El emprendedor incubador, se refiere aquel emprendedor que, en su deseo de hacer crecer sus ideas, establece unidades independientes que llevan a negocios nuevos.
5. El emprendedor imitador, es aquel donde su proceso innovador va acompañado de la ayuda de elementos básicos que ya existen, pero mejorando sus elementos.

Además, vale la pena mencionar otros tipos de emprendedores, señalados por Schnarch (2022) y que mencionamos a continuación:

- **Emprendedor empresarial tradicional:** Es aquel que se incorpora a un mercado de producción de bienes existente y se comercializa, teniendo la idea de superar a sus competidores, bien sea agregando mejoras o cambios al producto o servicio o por ventajas que puedan generar por contar con una mejor y efectiva distribución, por la atención al cliente, entre otros, y que son barreras que los competidores no han logrado

consolidar.

- **Emprendedor innovador:** Es contar con un producto totalmente innovador el cual hace posible la creación de un nuevo mercado o sustituir un producto que ya existe.
- **Emprendedor comercial:** Es aquel que vende productos que obtiene de un tercero. Este tipo de emprendedor no le agrega valor al producto, esto lo lograría si lo lleva a cabo con atención y servicios.
- **Emprendedor de servicios:** Consiste en las contribuciones que el personal pueda otorgar, las habilidades que estos coloquen a disposición de la clientela.
- **Emprendedor tecnológico:** Son aquellos cuya actividad está basada en nuevas tecnologías como: la creación de apps para móviles o para servicios de redes sociales como: Facebook, twitter, etc. También se incluye en esta categoría la remuneración que se perciba por creación de contenidos, redes sociales o servicios en internet, la cual puede ser de manera directa a través del comercio electrónico o indirectamente a través de la publicidad.
- **Emprendedor profesional:** Tiene similitud al emprendedor de servicio, pero el público al que llega es menor, dado a que se comercializa un conocimiento específico. Dentro de este se encuentran los asesores empresariales, coach, centro de capacitación y los outsourcing profesionales que se encargan de soportes web, diseños, entre otros.

Sin embargo, es importante mencionar que debido a la globalización, el auge acelerado de la tecnología, se ha originado el nacimiento otros tipos de emprendedores, en este sentido se menciona al emprendedor digital, el cual es definido por Bernal (2019), como el que realiza todas sus actividades por medio digitales y canales conexos con

la tecnología, por lo que sus herramientas de trabajo son: teléfonos inteligentes, Tablet, laptops y el medio digital representa la forma de hacer sus tareas para ofrecer sus productos o servicios, el emprendedor tecnológico, es el que se fundamenta en producir productos completamente innovadores en el entorno de la tecnología.

Variables sociodemográficas que influyen al emprender

Arias et al. (2021) Exponen que las variables sociodemográficas que están relacionadas con la actividad del emprendimiento son: el género, edad, nivel de estudios, ingreso económico, estado civil, estrato socioeconómico, formación de padres y entorno laboral.

En la tabla 9, se hace una descripción de cada uno de ellos.

Tabla 9

Variable	Descripción
Genero	Generalmente se da una alta ocurrencia de emprender en los hombres que, en las mujeres, dado a que estas deben enfrentarse a barreras sociales, cognitivas, y el acceso al financiamiento. En los países desarrollados se han minimizado las brechas de género, generando equidad y motivándolas para que desarrollen actividades de emprendimiento.
Edad	Generalmente los jóvenes son más propensos para emprender, debido a que están en capacidad por los conocimientos que adquieren, además por búsqueda de oportunidades y la innovación. Se ha comprobado que entre la edad de 18 a 44 años, conforman el 64.2% de los emprendimientos nuevos, mientras que los empresarios ya establecidos tienen una edad entre los 45 y 4 años.
Educación	Este factor en algunas ocasiones puede ser relevante pero no limitativa. Contar con una buena preparación permitirá a un individuo emprender de una forma menos complicada, dado a sus capacidades y conocimientos. Sin embargo, hay un gran número de emprendedores exitosos que no tienen estudios.
Estado civil	Podría influir para los casados por las distintas obligaciones que esto origina, para en el caso de las mujeres, puede representar una limitante, debido a que son estas la que cubren mayor responsabilidad en una familia, lo cual no es igual para los hombres. Mientras que para los solteros es mucho más fácil emprender y más si se cuentan tanto con experiencia laboral y preparación

académica, además de ser más propenso a asumir riesgos ya que no tienen compromisos como los casados.

**Entorno familiar y
condición
económica**

La actividad emprendedora se ve más influenciada en los hijos cuyos padres han trabajado por cuenta propia, dado a que les permite ir adquiriendo un aprendizaje en cuanto a competencias del negocio. Sin embargo, a veces pudieran adquirir el modelo para emprender fuera de su entorno familiar, fijándose en personas exitosas y que le sirven de inspiración. Con respecto a la parte económica, no existe aún un consenso de que el nivel de ingreso puede incidir en la actividad emprendedora. Sin embargo, emprender sin contar con suficientes recursos económicos suele frenar la actividad.

Fuente: Arias et. al (2021)

Etapas del proceso de emprender

Al momento de emprender, es necesario entender que hay que realizar una secuencia de etapas o fases, las cuales son precisas para el alcanzar los objetivos. En este sentido, Palacios y Ruiz (2020) señalan que estas etapas son:

- Tomar decisiones y elaborar el plan de negocios: Lo más difícil al emprender es tomar la decisión para iniciar el proyecto, por lo que la motivación será de vital importancia para que el emprendedor inicie con su idea. Es necesario plantearse cuales son los recursos que se necesitan y de donde se obtendrán. El plan de negocios servirá como guía, convirtiéndose en un punto de referencia.
- Realización del proyecto: En esta etapa el emprendedor busca los recursos y los consigue. El financiamiento representa uno de las principales limitaciones al emprender. Cuando se logra obtener los recursos y empezar el negocio, el emprendedor se libera del estrés y observa como comienzan a deslumbrarse el arranque de la empresa.
- Administración y control: Luego de varios meses de operatividad, se podrá observar si el negocio decrece, se conserva o se incrementan sus ventas. Por lo que

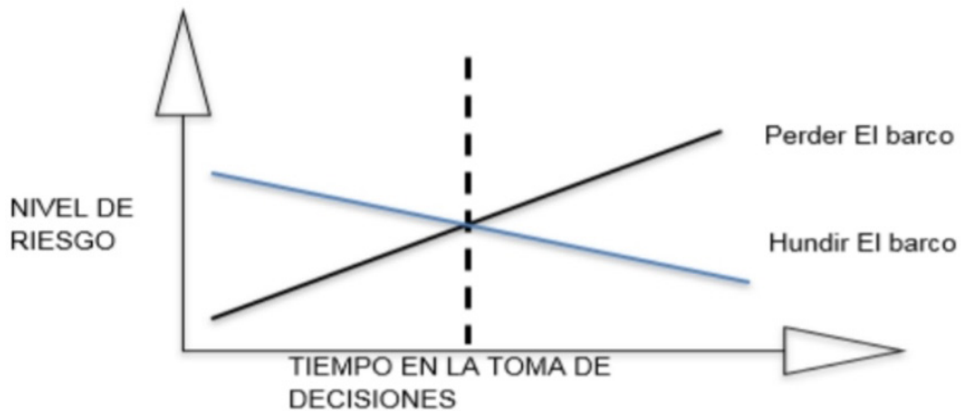
el emprendedor debe poner especial empeño en el aumento de sus ingresos, y no por contar con una linda oficina. Administrar no es una tarea sencilla, sin embargo, se logra la experiencia a través del tiempo y facilitar el manejo y control de los recursos.

Riesgos que deben asumir los emprendedores

Tal y como se ha mencionado en el desarrollo del tema los emprendimientos están sujetos a correr riesgos, los cuales en su momento pueden ser asumidos y superados, pero en caso contrario, en otras ocasiones puede incidir negativamente a la consecución de los objetivos. En este sentido, Acosta (2020), menciona que una vez que se toman las decisiones en las primeras etapas se pueden generar dos caminos, en el primero pudiera ocurrir que el emprendimiento no funcione por motivos como: mala estructura del proyecto, deficiente planeación y planificación, mercado impregnado y satisfecho por las empresas ya existentes, a este riesgo se le conoce como "hundir el barco", el segundo camino indica que se presenta cuando se posponen las decisiones, no comenzar en el tiempo oportuno, o cuando no se realizaron acciones que permitieran lograr un buen término para el emprendimiento, este riesgo se conoce como "perder el banco", ya que no se arriesga lo suficiente, lo cual origina pérdida de oportunidades.

En la Figura 3, se indican los riesgos, cuando un emprendedor ha disputado ampliamente y el retorno de las decisiones las compensaciones entre el riesgo y el retorno de decisiones para nuevos productos.

Figura 3
Los riesgos del emprendedor



Fuente: Acosta (2020)

Creatividad

La creatividad según Salazar et al. (2020), son las capacidades para generar y hacer realidad nuevas ideas, donde se toma en cuenta la originalidad y la eficacia, siendo esta última la capacidad de realizar las ideas concebidas, distinguiéndolas de la imaginación. Por otro lado, Huilcapi y Mora (2020), mencionan que la creatividad es la facultad de generación y realización de nuevas ideas. Asimismo mantiene que la creatividad y la imaginación constituyen un pilar para una gestión exitosa, por lo que es necesario hallar los recursos inventivos afrontar: los cambios, la inseguridad y los riesgos, haciéndose necesario que el personal pueda aumentar la innovación, la rapidez y la eficacia para tomar decisiones, decisiones que necesitan las personas, capacidad para jerarquizar, valorar y representar ideas en el sistema, las cuales deben ser medible y se pueda conocer las limitaciones, superar dificultades y conocer las oportunidades que ayudan al avance de una organización.

Asimismo, Durán et al. (2019), asegura que sin creatividad no hay innovación necesaria para desarrollar nuevas ideas que favorezcan a los emprendedores, por lo que es un impulso esencial para desarrollar cada una

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

de las actividades de emprendimiento en unión con las habilidades personales y profesionales. Por ello la creatividad permitirá otorgar nuevas alternativas a los problemas relacionados con la oferta y demanda generada en los mercados.

Ideas de negocio

Una idea de negocio según lo expone Vega (2020), es cuando proponemos en crear un producto o servicio para ofrecerlo al mercado, con el propósito de venderlo y recibir un beneficio por ello. También para Guzmán (2021) para crear una idea de negocio necesita englobar las siguientes características:

- Debe existir una deseabilidad, que no es más que el deseo de materializar la idea.
- Ser expresada en términos de necesidades, porque es necesario poner en practica la idea
- El negocio debe tener lógica que le de valor y lo haga atractivo, plasmar lo que se quiere hacer, como hacerlo y como lograrlo para alcanzar las metas.

Toda buena idea de negocio tiene presente ciertas características. Para Ponce et al. (2020) plantean que el producto o servicio que se intenta colocar en el mercado, deberá tener un grupo de atributos (características) que satisfagan las necesidades de las personas. Esta satisfacción garantizara alcanzar el éxito del proyecto, por ello es muy importante elaborar un estudio de mercado para detectar:

- Cuáles son las necesidades que no están siendo cubiertas, o que solamente están parcialmente cubiertas.
- Que necesidades están siendo abrigadas por un pequeño número de empresas, por lo que se visualiza

el ingreso de una nueva empresa.

- Conocer si es viable satisfacer las necesidades distinguiéndose de otras empresas y generar mayor valor añadido al cliente.
- Si existe la posibilidad de crear una nueva necesidad.

Plan de negocio

Una vez que se ha plasmado la idea del negocio, es necesario entonces, plantearse el plan de empresa que se pondrá en marcha para materializar esa idea. Se sabe que generalmente los emprendedores deciden gestionar sus emprendimientos de una forma muy informal, sin controles ni planificaciones, muchas veces aunado al desconocimiento académico de técnicas y herramientas necesarias para el funcionamiento de cualquier negocio, pero en la actualidad muchos emprendedores han reconocido la importancia de fijarse un plan de negocios, que le permita plasmar paso a paso la ejecución de su idea.

Por otro lado, Baque et al. (2020), aseguran que es necesario para el emprendimiento que se tomen en cuenta diversos indicadores como: la planificación, los recursos humano, la gestión ambiental, la comercialización, la administración, contabilidad y finanzas, lo cual les permitirá evaluar sus fortalezas y debilidades internas, con el propósito de poder mejorar aquellas áreas que estén afectando la competitividad. Es por ello que considera que los emprendedores deben contar con una guía fácil y sencilla, que pueda prepararlos al mundo de los negocios.

Cristancho et al. (2021), mencionan que la organización de un plan de negocios se realiza identificando la oportunidad que se puede tener en un mercado, analizando el entorno, elaborando un plan estratégico de: mercado, recursos humanos y financieros, asimismo, destaca que existen diversos modelos, pero algunos se orientan más hacia la

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

fase de oportunidades o estrategias, y otros se enfocan en la integralidad e incorporar más elementos.

En este sentido, Choque et al. (2020), señalan que un plan de negocios es primordial para comenzar un emprendimiento pero también para potencializar cualquier empresa ya establecida, dado a que este plan de negocios reúne cada uno de los elementos sobre la información comercial, experiencia de vida de su negocio, brindando un comienzo ordenado que beneficiara tanto al emprendedor como a su familia, el personal, consultores y a las fuentes de financiamiento, asimismo, menciona que para conseguir un adecuado plan de negocios se pueden seguir los procesos detallados en la figura 4.

Figura 4
Diagrama del proceso para la elaboración de un plan de negocios

Fuente: Choque et al. (2020)



Objetivos del plan de negocios

Mendoza y Tello (2020), señalan que estos son:

1. Identificar cuál es la naturaleza y el contenido del negocio, preguntándose ¿Por qué existe una oportunidad así?
2. Mostrar el método que el emprendedor ha decidido acoger para sacar provecho de la oportunidad.
3. Distinguir cada uno de los factores que comprobaran si la iniciativa o idea de negocio obtendrá éxito.

Como elaborar un plan de negocio - estructura

Existen diversas formas de plantearse un plan de negocios, sin embargo, Vallejo (2022), menciona que la forma del plan de negocios viene dado por sus necesidades y objetivos de cada negocio en particular, por lo que no existe una estandarización, o sea, un modelo único, puesto que como se dijo anteriormente, esta estructura podrá ser adecuada dependiendo del tipo de negocio, objetivos y la necesidad que desea satisfacer. El objetivo de esta estructura es servir de guía para la organización, así como evaluar la viabilidad financiera. En la siguiente Tabla se muestra la estructura del plan de negocios.

Tabla 10

Estructura del Plan de Negocios					
<i>Estratégica</i>	<i>Marketing</i>	<i>Operativa</i>	<i>Talento Humano</i>	<i>Legal</i>	<i>Financiera</i>

Fuente: Vallejo (2022)

Ciclo de vida del negocio

Según lo mencionan Barrera et al. (2019), se refiere al grupo de pasos, técnicas y herramientas, las cuales modelan los procesos de negocio y el resultado consiste en una salida hacia otra etapa. Además, Goyes et al. (2020), señalan que así como los seres vivos cumplen con un ciclo de vida las empresas también, donde se realizan las etapas financiera u operativa, con el propósito de efectuar las acciones que conlleven a la rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

Pero según Vanegas y Dávila (2020) es necesario que se generen varias etapas de vida en el emprendimiento:

- Intencional: es cuando se desarrolla el intento para comenzar una oportunidad de negocio.
- Conceptual: Es cuando se identifica la idea de negocio y se genera el giro de este.
- Semilla: Fase en la que se logra crear la organización, sin registrar ventas y se consagra a la investigación y desarrollo, para lo cual explora los distintos modelos de negocios acogiendo el que le asegure su viabilidad.
- Start up: En esta etapa se cierra la etapa de nacimiento, y la organización comienza a interactuar con el mercado, convirtiéndose en una fase temporal hasta conseguir el modelo de negocios sostenible.
- Crecimiento: Es esta fase ya está consolidado el negocio y se persigue seguir trepando en sus actividades.
- Madurez: En esta fase ya el negocio alcanza su desarrollo final y se pretende intenciones de crecimiento internacional.

Modelos de negocio

Para De Joan (2019), es un escrito en el cual se definen y analizan la oportunidad que tendrá el negocio, además se desarrollara estrategias y procedimientos que pueden lograr la transformación de esa idea de negocio en un proyecto empresarial. De acuerdo a Godoy et al. (2021), un modelo de negocio es un esbozo teórico de la realidad complicada que son las empresas y que se efectúa con el propósito de favorecer el entendimiento y estudio de su comportamiento.

Por su parte, Chafla (2022), menciona que un modelo de negocio permitirá la generación de ingresos económicos, por lo cual se basa en tres principios mostrados en la figura 5.

Figura 5

Pilares básicos en el Modelo de Negocios



Fuente: Chafla (2022)

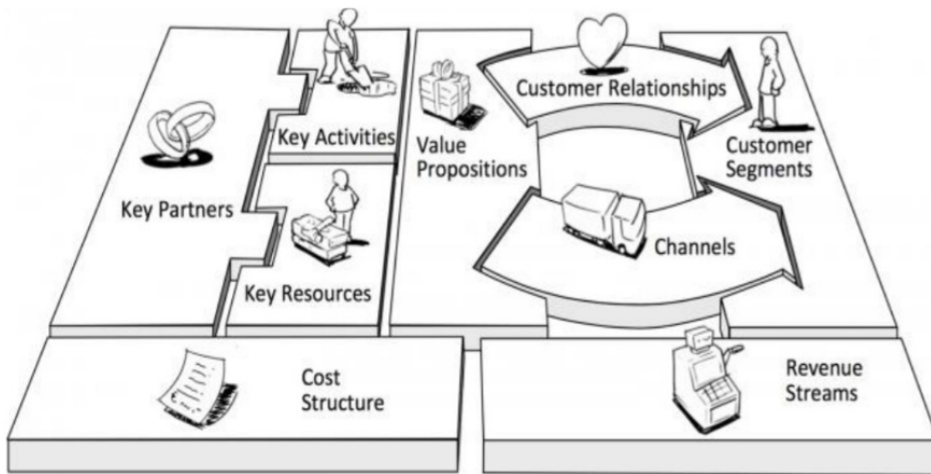
En el capítulo anterior se indicaron diferentes tipologías de modelos para los emprendimientos, sin embargo, a continuación, detalláramos el modelo de negocio de Canvas por ser el modelo más usado en la actualidad, sobre todo por lo emprendimientos, por ser un modelo sencillo y fácil de manejar

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

El modelo de negocios de CANVAS: Lozano et al. (2019), lo define como una herramienta relativamente nueva y novedosa, que se está aplicando frecuentemente por empresas, dado a la capacidad de mostrar a través de un lienzo las realidades que debe tomar en cuenta un emprendedor para evaluar rápidamente su idea de negocio. En la figura 6, se muestra el modelo Canvas.

Figura 6

Modelo Canvas

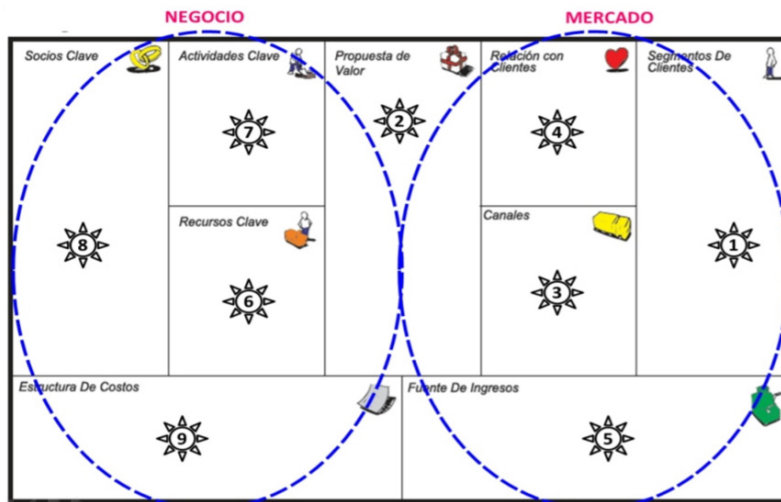


Fuente: Lozano et al. (2019)

Este modelo contempla dos contextos: el contexto del mercado y el de negocio, mostrados en la figura 7.

Figura 7

Secuencia de bloques Modelo Canvas - Fuente: Lozano et al. (2019)



El lienzo de Canvas está constituido por varios segmentos, los cuales son mencionados por García (2023).

- **Propuesta de valor:** Es el corazón del lienzo, donde se detallan los productos y/o servicios que otorgaran valor a una sección concreta de clientes, su finalidad es interesar a los clientes, por lo que se considera muy importante puesto que si no es del agrado de los clientes el negocio no sobrevivirá. También es considerada como la oferta que se acopla a las necesidades o que puede resolver un problema para un segmento específicos de clientes.
- **Segmento de clientes:** En este bloque se deben puntualizar los distintos conjuntos de personas o empresas con necesidades muy específicas y que se espera pueda satisfacer con sus productos y/o servicios. Es necesario conocer cuáles son las necesidades de los clientes, que es lo que quieren, para poder determinar el segmento, de esto dependerá el éxito.
- **Canales:** Representa los medios que permiten entablar una comunicación para llegar al segmento de clientes y hacer de su conocimiento la propuesta de valor. Por lo que este bloque está conectado con el bloque de propuesta de valor y el bloque de segmento de clientes. Por cuanto los canales son un medio para el contacto con los clientes, de allí a que tenga un rol muy importante para la experiencia del cliente.
- **Relación con los clientes:** En este bloque se especifica qué tipo de relación la empresa quiere establecer con su segmento de cliente. Igualmente, este bloque está conectado con el bloque de propuesta de valor y el segmento de clientes. Su finalidad es aumentar la comercialización de productos o servicios por medio de estrategias de fidelización de clientes. La relación con estos nace en el momento en que este demuestra interés por sus productos o servicios.

- **Socios clave:** Son todos aquellos socios y red de proveedores que ayudan a que el modelo de negocios funcione. Estos ayudan a la minimización de costos, disminución de riesgos o para conseguir recursos que son difíciles de encontrar. Dado a que ningún negocio es capaz de proporcionar todos los recursos que necesita, los socios son clave para cubrir estas necesidades, generando valor también a estos socios.
- **Recursos clave:** Este bloque detalla los activos que son requeridos para que funcione el modelo de negocio. Los recursos son importantes puesto que estos crean y entregan la propuesta de valor. Los recursos pueden ser tangibles como los insumos o intangible como el conocimiento, experiencia o reputación. Igualmente se plasman los recursos financieros, humanos, entre otros.
- **Actividades:** Son todas aquellas actividades que le dan valor al negocio y son todas aquellas que la empresa debe llevar a cabo para conseguir que marche el modelo de negocios. Algunas de estas actividades pueden ser producción, mercadeo, distribución, servicio al cliente, entre otros.
- **Aspectos financieros:** Dentro de este bloque se encuentran dos aspectos: El flujo de ingresos. El propósito de un negocio es lograr conseguir la utilidad, donde los ingresos superen a los costos. En este segmento se deben detallar los ingresos que se estiman obtener, además, se especificara el importe de los productos y/o servicios. Por otro lado está el segmento de estructura de costos, en el cual se describirán todos los costos en que se incurrirá en la operatividad del negocio, clasificándolos en costos

fijos y variables, la diferencia entre estos costos generara la utilidad o pérdida del negocio.

- El modelo de negocios Timmons para emprendimiento, es un modelo que según lo expone Asencio et al. (2020), el proceso comienza con el descubrimiento de una oportunidad, y que toma en cuenta el trabajo en equipo y una economía humanitaria para alcanzar el éxito. En la figura 8, se muestra el modelo.

Figura 8

Modelo de emprendimiento de Timmons



Fuente: Asencio et al. (2020)

Por su parte, Mendoza et al. (2022) afirman que este modelo se fundamenta en tres figuras: los recursos, la oportunidad (necesidad) y el equipo de trabajo. La unificación de estos tres aspectos forma un triángulo cuyo

centro es el plan de negocios, el cual debe ser alimentado de liderazgo, comunicación y creatividad.

Como ya se mencionó anteriormente, hay diversos modelos, los cuales pueden ser modelados de acuerdo a los requerimientos y necesidades del negocio, por lo que cada emprendedor determinara cuál de ellos se amolda más a sus necesidades y propuesta.

El apoyo a través de un financiamiento

Comenzar un emprendimiento requiere la inversión de recursos monetarios, que permitan desarrollar el proyecto. Sin embargo, no muchas personas cuentan con suficientes recursos para materializar su idea de negocio y financiarlo, siendo una de las causas que los individuos cohíban de emprender.

El financiamiento según lo menciona Maldonado (2022), es la forma en que un individuo o empresa logra obtener dinero para comenzar con su negocio, el cual puede ser adquirido a través de instituciones financieras, usureros o familiares. Generalmente se cree que la formas de obtener financiamiento es a través de instituciones financiera, las cuales exigen una serie de documentación contable y financiera para poder otorgar créditos a los emprendedores, documentos que generalmente no poseen por estar bajo una administración informal, impidiéndoles tener acceso a este financiamiento, además de las altas tasas de intereses que cobran.

Sin embargo, dentro de la dinámica económica de los países subdesarrollados, se han destinado recursos para el apoyo a la actividad de emprendimiento, con el

propósito de ayudarla creación, fomento y desarrollo, esta modalidad es la que se conoce como microcréditos, los cuales según Pinagorte (2020), son prestamos de bajas cantidades de dinero destinadas a personas con pocos recursos.

En la actualidad se están generando otros tipos de financiamiento que pueden ser muy útiles para los emprendimientos o empresas pequeñas, uno de estos es el crowdfunding, el cual según lo menciona Ruiz y Espitia (2020), es una estratégica ampliada por las peculiaridades de los enlaces globales y que da respuesta a los intereses del conocimiento de la colectividad, la cooperación y la colaboración. En otras palabras, se refiere a la obtención de recursos por medio de aportes de un grupo de personas por medio de una participación colectiva, muchas veces a cambio de nada y en otros casos se podrían recibir recompensas.

Por otro lado, está el leasing financiero, el cual se trata según lo señala Valdivieso (2022), de un contrato que consiente la utilización y goce de un bien a cambio de una cancelación periódica, asimismo permite la oportunidad de obtener el dominio del bien, una vez que se termine el tiempo inicial y se recupere la inversión por la adquisición del bien. Esto se convierte en una oportunidad para el emprendedor puesto que le permite el aprovechar el uso del bien del cual tendrá derecho de compra a cambio de un importe residual.

CAPÍTULO III

GESTION DEL EMPRENDIMIENTO



La gestión y la administración

Cualquier organización, sea grande o pequeña, debe procurarse por mantener una gestión eficiente que le permita mantenerse activa en el mercado en el que se desenvuelve, por ello es necesario que sean capaces de evolucionar constantemente en su gestión, a fin de lograr sus metas y por ende su rentabilidad. Por lo tanto, es necesario estudiar la necesidad de efectuar cambios a sus procesos, para brindar un mejor producto o servicio.

Valderrama (2019), menciona que la gestión de organizaciones o gestión de empresas, requiere de prácticas empresariales que punteen hacia la eficacia empresarial y a una administración activa e integral, de manera que puedan hacer frente a nuevos sucesos y ser más competitivas, por lo que las empresas deben mantener un sistema empresarial formado por empresas eficientes, organizadas y eficaces, que exijan un enfoque integral de gestión.

La gestión según RAE (2019), se refiere a la acción y efecto de administrar o gestionar. Tal y como lo señala esta definición, la gestión también tiene que ver con la administración, por lo tanto, se considera relevante mencionarla.

Según Mendoza y Moreira (2021), mencionan que la administración se considera como la ciencia o técnica para llevar a cabo actividades y todos los elementos que forman parte de ella, hacen que se realicen los procesos de planificar, organizar, dirigir y controlar, tanto de materiales como de recursos, con el propósito de impactar la calidad de vida de las personas y de la sociedad. Por su parte, Julio (2020), la administración es considerada una ciencia que encierra métodos, técnicas y teorías para la utilización de recursos por medio de los cuales es posible lograr planes comunes, de la mano con grupos de personas organizadas eficientemente.

Por otro lado, Canales y Huahualuque (2019), mencionan que la administración está compuesta por fases, etapas y elementos, que engloban el proceso administrativo, y que se interrelacionan formando un proceso integral, convirtiéndose en la base de la administración. Señala que George Terry, constituyó que cada una de estas fases debe estar integradas por etapas para dar respuesta al cuestionamiento básico de la administración, las cuales se muestran a continuación.

Figura 9

Cuestionamientos básicos de la administración

Cuadro 2-1. Cuestionamientos básicos de la administración



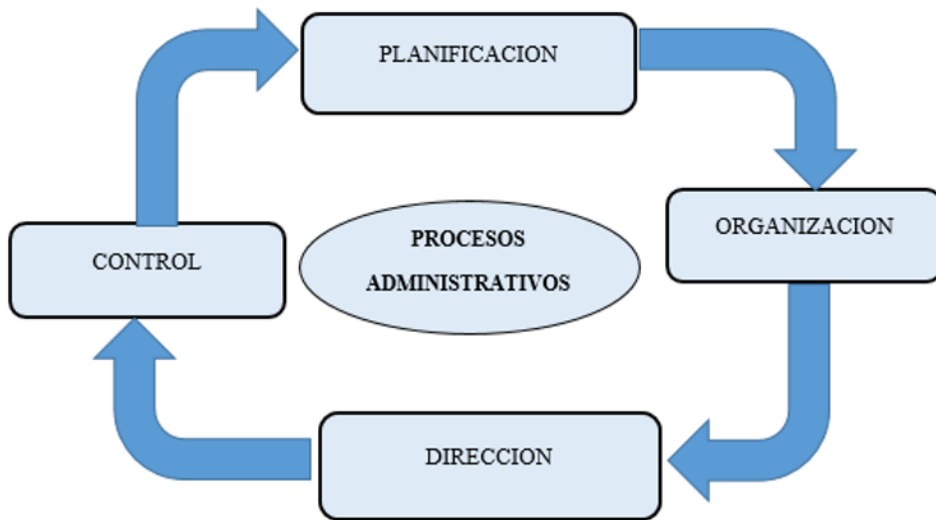
Fuente: Canales y Huahualuque (2019)

Loor y Mora (2021), mencionan que la teoría de la administración de Fayol y Frederick de 1984, contempla que una organización sin importar su tamaño y actividad que realice, es necesario que se lleven a realicen varias acciones; siendo la más relevante la actividad

administrativa y sus procesos, los cuales se mencionan a continuación.

Figura 10

Procesos Administrativos



Fuente: Elaboración propia

- **Planificación:** A través de este proceso se deben plasmar todos los trabajos que se ejecutaran para lograr los objetivos, para ello se debe identificar como se realizarán esos trabajos y en qué momento se ejecutaran. A través de este plan, los administradores detallan minuciosamente todo lo que debe hacerse para lograr el éxito de la empresa, tanto a corto como a largo plazo.

Dentro de este proceso es primordial la incorporación y descripción de varios elementos, los cuales según lo señala Rocafuerte (2019) son:

- **Misión:** a través de esta se enuncian los principios, propósitos, estrategias y valores de la organización, los cuales deben ser conocidos y comprendidos por cada uno de sus integrantes.
- **Visión:** Deja ver lo que se quiere lograr en un futuro, la

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

meta a la cual se quiere llegar, capaz de cautivar a las personas para que se labore por un futuro prometedor.

- **Valores:** Estos representan las acciones y conductas que guiarán a los trabajadores para alcanzar los objetivos de la empresa, dejando claro lo correcto y lo que no.
- **Objetivos:** Es determinar lo que se quiere lograr cumpliendo con la misión, visión y valores. Respondiendo a ¿Qué?, ¿Qué se quiere?, ¿Qué anhelamos?, y ¿Cómo lo haremos?
- **Estrategias:** Son las vías que se utilizarán para alcanzar los objetivos.

Estos elementos sin duda, representan la guía inicial para la planificación, convirtiéndose en la columna vertebral de esta.

- **Organización:** En este proceso se asignan los trabajos desarrollados en la planeación a las distintas personas, grupos de la empresa. Es la encargada de la ejecución de los planes de acción y se le asigna las tareas a los colaboradores que trabajan en la empresa, contribuyendo al logro de las metas. Esta distribución debe garantizar el rendimiento de cada una de las personas, que genere éxitos al departamento, divisiones y a la organización como tal.
- **Dirección:** También se conoce en el ámbito administrativo como motivación, liderazgo, dirección o desempeño, y tiene que ver especialmente con los colaboradores que son pieza fundamental en la empresa. Este proceso es el responsable de guiar cada una de las acciones de la empresa para alcanzar las metas, además de aumentar la productividad y orientarla hacia un trabajo orientado hacia el aspecto humano, lo cual genera niveles más altos en la producción a largo plazo.

- **Control:** Este proceso permite que los administradores obtengan la información para medir el desempeño de la empresa, haciendo comparaciones de desempeño actuales con las ya establecidas, lo cual permite realizar una comparación y de esta manera determinar si es necesario modificarlos o mantenerlos. Por ello es un proceso continuo, dado a que se debe realizar una revisión constante de información, compararlas y de sus resultados, hallar nuevas maneras para mejorar los procesos.

El llevar a cabo cada uno de estos procesos, es importante para cualquier organización, y en este caso para los emprendimientos, puesto que esto le permitirá ordenar a través de la planificación, cada una de los trabajos y responsabilidades que se desean efectuar en un lapso establecido, además de realizar una distribución correcta de las asignaciones del trabajo a cada una de las personas que forma parte de la organización y bajo el mando de una persona responsable que dirija que efectivamente estas tareas se estén lleven a cabo según lo planificado y si no poder tomar correctivos a tiempo para lograr las metas planeadas.

Asimismo, Orellana et al. (2020), señalan que la administración es una instrumento esencial para sostener los pequeños negocios, sin embargo el desconocimiento de esta podría ocasionar problemas como:

- • Ausencia de una planificación y misión de la empresa
- • No describir las funciones y obligaciones de los trabajadores
- • No hay control en los métodos determinados para garantizar una excelente marcha en cuanto a proveedores, cuentas por cobrar, inventarios.

En este mismo sentido acota que todos estos problemas, generalmente se presentan por ignorancia de los gerentes, emprendedores o administradores. Por lo tanto, la

administración y la gestión son procesos fundamentales para una empresa u organización, pues a través de estas se logra plasmar cada uno de los procesos que se desean llevar a cabo, así como realizar el respectivo seguimiento, a fin de establecer si se están logrando los objetivos. Siendo también importante aplicarlos en los emprendimientos.

Modelos de gestión para el emprendimiento

Un modelo de gestión según lo expone Acosta y Jiménez (2020) es el que hace posible planificar, organizar, dirigir y controlar todas las acciones que se efectúan en la empresa, por lo que estas cuatro actividades las deberá realizar el responsable de la empresa, sin importar las particularidades de la empresa, lo que quiere decir que estas actividades deben ser también implementadas en los emprendimientos. En otras palabras, la responsabilidad de un modelo de gestión es garantizar que los todos los procesos administrativos se realicen de una manera eficaz y óptima.

Existen diferentes modelos de gestión a la disposición de las organizaciones, las cuales acogen aquel modelo que más se adapte a sus necesidades, características, entorno, clientes, procesos etc. Sin embargo, en el caso de los emprendimientos, los cuales generalmente son llevados a cabo por individuos que no poseen ningún tipo de capacitación y experiencia en el tema administrativo, financiero y contable, les resulta difícil acoger un modelo que los conlleve al éxito.

Sin embargo, es sumamente importante que los emprendedores busquen alguna alternativa que les permita aplicar algún modelo de gestión a su emprendimiento, previendo el tipo de actividad a que se dediquen, su tamaño y composición organizativa, para que estos puedan generar los ingresos que se desean, así como también, mantener la operatividad en el tiempo, y además lograr crecer y expandirse en el mercado en el que se está incursionando.

A continuación, se describirán los modelos más comunes y necesario para el comienzo de cualquier emprendimiento.

Modelos para la gestión financiera

Valla et al. (2021) Toda organización requiere de un sistema para usar los recursos financieros disponibles eficientemente y poder hacer frente a sus obligaciones. Este consiste en la planificación, organización, dirección y control, de todas las acciones financieras del negocio, conseguir y usar los recursos. Por lo que este sistema debe garantizar que todas las operaciones y actividades se hagan de manera sistemática y bien gestionada.

Para llevar a cabo la gestión financiera se hace necesario el uso de ciertas herramientas de gestión, que le permitan tomar decisiones para su negocio. En este sentido, Armijos et al. (2020) mencionan que estas herramientas disminuyen el riesgo y tomar decisiones acertadas, entre estas se destacan:

- **Presupuesto:** Son documentos que pueden generarse para cualquier área de la empresa, ventas, compras, etc. Consta de cinco etapas: la planeación, formulación, la ejecución y coordinación, y por último la evaluación y control. Por su parte, León (2019), lo define como un documento que muestra la forma en que la empresa conseguirá recursos y como los gasta en un determinado tiempo. Su elaboración no se considera como una herramienta para restringir los gastos, sino como una técnica que conseguir la utilización más productiva y rentable de los recursos.
- **Planes Operativos:** Es una herramienta para la planificación, en el cual se plasma para un determinado periodo de tiempo para alcanzar su eficiencia, efectividad, responsabilidad, oportunidad y rentabilidad, a través de una gestión transparente y confiable. Este debe contener objetivos generales,

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

objetivos específicos, actividades y metas, estrategias, plazos para su ejecución y responsabilidad. Esta herramienta es usada generalmente en el sector público.

- **Análisis financiero:** La contabilidad es la responsable de mostrar a una empresa su realidad económica y financiera, a través de su análisis las empresas pueden evaluar como es el comportamiento de sus recursos y conocer su situación actual. La información que debe contemplar es la situación financiera, resultados, cambios en patrimonio, flujos de efectivo, etc., las cuales permitirán tomar decisiones en cuanto a inversiones, designación de recursos.
- **Monitoreo:** Mediante este proceso se evalúa la calidad del control interno en una empresa, lo cual mostrara como se está operando, permitiendo realizar modificaciones a tiempo.
- **Indicadores de gestión financiera:** Son los que permiten conocer el grado de confianza de cada ambiente de la empresa y de esta forma lograr la identificación de fortalezas y debilidades, lo cual facilita la retribución de recursos en otras actividades. Estos indicadores son:
 1. **Indicadores de liquidez,** que indican la suficiencia que tiene la organización para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo
 2. **Indicadores de actividad,** muestran con que eficiencia se administran y manejan los recursos, así como la recuperación de estos.
 3. **Indicadores de gestión:** Mide de manera cuantitativa el desempeño y comportamiento de los procesos.
 4. **Indicadores de rentabilidad:** Miden con que efectividad se administran los costos y gastos para convertirlas en utilidades.

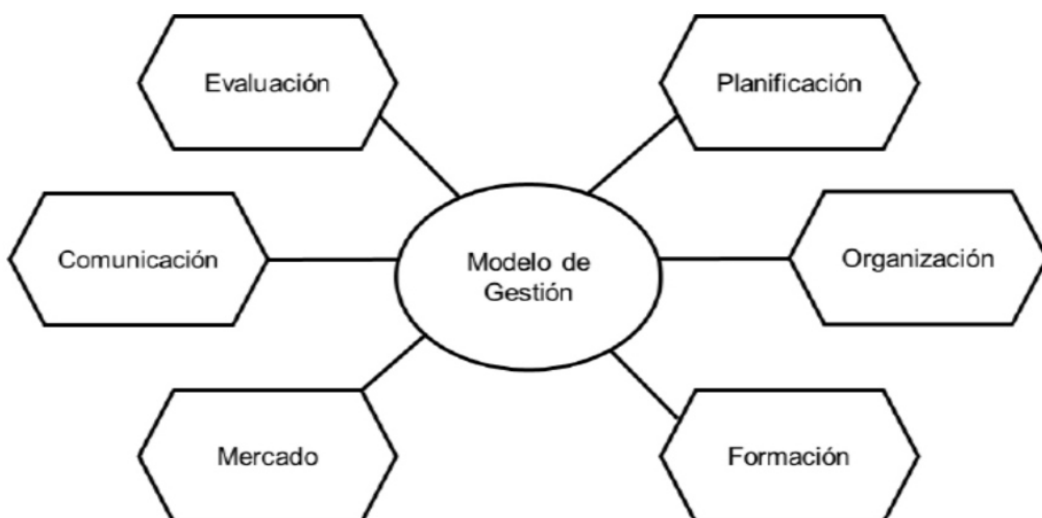
5. Indicadores de endeudamiento: Su finalidad es cuantificar la contribución de los financiadores dentro del financiamiento de la empresa.

Modelos de gestión administrativa

La gestión administrativa según, Lopesierra et al. (2021), se refiere a aquellas acciones que van orientadas racionalmente a alcanzar los objetivos por medio de la clásica gestión de los procesos administrativos: planear, organizar, dirigir y controlar, nombrados anteriormente. Existen diferentes modelos de gestión administrativas, planteadas por expertos, y que según lo menciona Cedeño y Pérez (2021), tienen la intención de la optimización del progreso de los procesos administrativos y operativos de la organización.

En la figura 11, se propone un modelo que se basa en la planeación, organización, control y ejecución de cada uno de los recursos con que cuenta la organización y se basa en relaciones interfuncionales, mostrando la relación que existe entre cada una de las funciones, procurando contribuir al desarrollo y posibilidades para mejorar la gestión administrativa de la organización.

Figura 11 - Modelo de gestión administrativa. Relaciones interfuncionales
Fuente: Cedeño y Pérez (2021)



Por otro lado, la contabilidad es un sistema de mucha importancia para la gestión administrativa de una empresa, según lo señala García et al. (2021), la contabilidad es un procedimiento de información que permite medir los movimientos de una empresa, se procesan la información y se convierten en reportes sobre los resultados obtenidos que sirven para la toma de decisiones.

Asimismo, Vilela et al. (2020), menciona que la contabilidad tiene como finalidad suministrar la información necesaria y útil sobre una organización, facilitando tomar de decisiones de los distintos beneficiarios: accionistas, acreedores, inversionistas, clientes, administradores, gobiernos, etc. Por ello, vale acotar que la contabilidad es una actividad que debe ser asumida por cualquier tipo de organización, ya que esta es la que permitirá conocer los resultados de cada una de las transacciones que se lleven a cabo, mostrando la situación financiera en un momento determinado, y por supuesto, permite que se tomen decisiones asertivas para enfrentar algún hecho imprevisto.

Modelos de gestión de riesgos

Toda Organización está expuesta a enfrentarse a distintos riesgos durante la operatividad de su negocio, en este sentido Cárdenas et al. (2020), define el riesgo como una contingencia o inminencia de daño, asimismo el riesgo presume una acción o una situación, por lo tanto, se entiende el riesgo como todo aquello que puede afectar negativamente a una empresa en un momento dado.

En este sentido es relevante conocer los tipos de riesgos a los que las organizaciones se ven envueltas, los cuales son señalados por Alvarado y Tigre (2022), y se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 11 - Tipos de riesgo

Clasificación	Tipo de Riesgo	Ejemplo
Riesgos estratégicos y de negocios	Riesgo político, macroeconómico o soberano	Situación inflacionaria, presencia de narcotráfico, terrorismo, recesión, tributación
	Riesgo de imagen	Liquidación a través de fusiones, reformas internas, administración de los cambios
	Riesgo de operación	Son los relativos a los proveedores, procesos productivos, equipos, calidad de los productos
	Riesgo regulatorio	Leyes tributarias, prohibiciones y control de precios
	Riesgos de liquidez	Financiamiento, sobrantes en efectivo, improductividad, existencia desmedido, inversiones no rentables
Riesgos Financieros	Riesgos de interés	Inestabilidad en tasas de interés
	Riesgos cambiarios y de convertibilidad	Desvalorización de la moneda nacional
Riesgos generales y de apoyo	Riesgos de organización	Organización débil, carencia de planificación, deficiencias en el sistema, Inadecuado clima organizacional, Inexistencia de canales de comunicación
	Riesgos de información	Relacionados a la tecnología, rectitud e información
	Riesgos ilícitos	Blanqueo de activos, estafas, violaciones financieras
	Seguridad física y humana	Contratar personal sin revisar su perfil, dificultades personales, inexistencia de un plan para eventualidades

Fuente: Alvarado y Tigre (2022)

Dentro de la tabla anterior, se puede deducir que los riesgos más comunes a los que se pueden exponer los emprendimientos están: la inflación, el pago de impuestos,

adaptación a los cambios, falta de financiamiento, falta de planificación y canales de comunicación, acoger y adaptarse a las tecnologías, falta de personal calificado y capacitado.

La gestión de riesgos consiste según lo señalado por Panduro (2022), son estrategias orientadas a mejorar el rendimiento en una organización, y enfrentar riesgos y amenazas que se le presenten, además, contempla tanto los riesgos que se originen del ambiente exterior e interior, con el propósito de evitar un impacto negativo en cada una de las áreas como las finanzas, la salud y seguridad en el trabajo, la tecnología, entre otros.

Por otro lado, Quiroz (2022), define la gestión de riesgos como un proceso a través del cual se pueden lograr la identificación, análisis, evolución, manejo, monitoreo y comunicación de los riesgos que pueden ser generados producto de una acción, función o proceso, lo cual permitirá que se disminuyan las pérdidas y se maximicen las oportunidades.

A fin de detectar los riesgos es necesario implementar un modelo para gestionar los riesgos, tomando como ejemplo el propuesto por Franco y Ledesma (2022)

1. Planificación la Gestión de los riesgos: Se definirán las actividades para gestionar los riesgos de un plan.
2. Identificación de riesgos: Describir los riesgos que se puedan generar en el proyecto, soportados con la respectiva documentación.
3. Análisis cualitativo de riesgos: Se trata de anteponer los riesgos para su respectivo estudio, para evaluar la posibilidad de que sucedan y cuál sería la incidencia que ocasionaría.
4. Análisis Cuantitativo de Riesgos: Es un estudio matemático de las consecuencias de los riesgos establecidos como finalidad del proyecto.

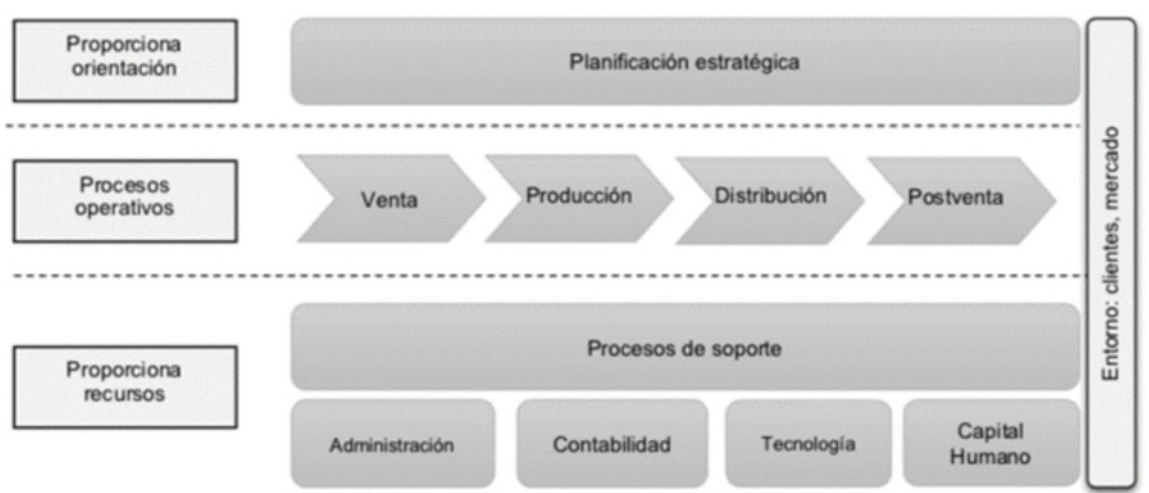
5. Planificación de respuesta de riesgos: Se trata de plasmar todas las preferencias y actividades que mejoren las posibilidades para minimizar los peligros del proyecto.
6. Controlar Riesgos: Es la implementación de un proyecto para dar solución a los riesgos, a través de la observación y monitoreo de estos, así como la identificación de nacientes riesgos, y la evaluación de la eficacia de la evolución de gestión de los riesgos.

Modelo de gestión por procesos

Según Barrios et al. (2019) se refiere la identificación de objetivos para realizar el boceto y desarrollo de movimientos que engloban un grupo de disposiciones para controlar, administrar y de supervisar, con el propósito de instruir todas las tareas para la consecución de los fines y propósitos de la organización, teniendo presente las carencias y opinión de los clientes. En la figura 12, se puede visualizar la interdependencia de los componentes que forman parte del panorama global de una organización.

Figura 12

Procesos en la organización



Fuente: Barrios et al. (2019)

En la figura anterior se plasman los procesos más comunes dentro de cualquier organización, los cuales deben ser gestionados eficientemente, con el propósito de lograr los fines formulados.

En este mismo sentido, Sotomayor et al. (2019), exponen que la gestión de procesos involucra mejorar todos los aspectos de la organización, lo cual permite realizar el plan de mejora continua, la mejora en gastos y el provecho de los recursos, y para lograr todo esto es primordial la planificación y tomar decisiones empresariales, orientadas al objeto particular de la organización.

Modelo de Gestión empresarial

Para Cañar y Hidalgo (2021), la gestión empresarial y sus estrategias se orientan a lograr distintos resultados: mejor desarrollo organizacional, mejor productividad, mejor competitividad, para lograr liderar el puesto, siendo la forma de lograr sobresalir y ser preferido por los clientes, ampliar los mercados y alcanzar mayores ganancias, lo que al final se traduce en crecimiento. Cabe resaltar que esta gestión va de la mano con los procesos administrativos, mencionados anteriormente.

Uno de los instrumentos usados en la gestión empresarial es la Planificación Estratégica, la cual según Pulla y Torres (2022), es una disciplina que estudia las fuerzas que intervienen en las industrias y los mercados, afectando sus márgenes y rentabilidad, por lo cual esta herramienta permite hallar las maneras de maximizar el negocio, al lograr y mantener sus ventajas específicas.

Por otro lado, Peña (2021), señala que la planificación estrategia es proceso continuo, que se fundamenta en el conocimiento más extenso del futuro, y que la empresa utiliza para la toma decisiones, lo cual envuelve riesgos venideros por los beneficios previsibles, además de la organización de cada una de las actividades que son

precisas para la toma de decisiones, así como cuantificar a través de una revalorización metódica, las consecuencias generadas ante las posibilidades que se hayan producido.

La planificación estratégica juega un papel primordial para los procesos de dirección de una empresa, ya que permite demostrar su efectividad y utilidad. En la tabla 11, se muestra las fases del planeamiento estratégico según varios autores (Ore et al., 2020)

Tabla 11 - Fases del proceso del planeamiento estratégico

Autores

	Autores			
	Contreras (2013)	Fred (2003)	Cloke & Goldsmith (1995)	Chiavenato (2001)
Fases del Proceso del Planeamiento estratégico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planteamiento de una estrategia viable 2. Definir el modelo de negocio 3. El compromiso 4. Adecuado uso de los recursos 5. Identificar los riesgos 6. Definir el tiempo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Enunciar la estrategia 2. Accionamiento de la estrategia 3. Valuación de la estrategia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudio del entorno 2. Creación de la visión 3. Preparación de objeto y finalidad 4. Tipificación de obstáculos 5. Enunciar estrategias 6. Preparación de proyectos de acción 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Especificación de finalidad de la organización 2. Examinar el entorno externo 3. Examinar el entorno de trabajos 4. Estudiar la organización 5. Planteamiento de opciones estratégicas y alternativa de planeamiento organizacional 6. Preparación del planeamiento estratégico 7. Puesta en marcha a través de planes sistemáticos y operativos

Fuente: Ore et. al (2020)

Gestión de información

La gestión de la información describe todas aquellas acciones que se llevan a cabo con el fin de conseguir, producir, guardar y recobrar de forma idónea, todos los datos y registros que se generan o se obtienen dentro de una empresa, la cual admite el progreso de esta acción (Pacheco y Rodríguez, 2019)

Gestión de Calidad

Otra de los instrumentos de la gestión empresarial es la gestión de calidad, el cual según lo expone Pozo y Molero (2020), son un grupo de normas y estándares internacionales que están relacionadas entre sí con la intención de ejecutar las condiciones en cuanto a calidad que la empresa pretende para la satisfacción de los exigencias convenida con sus clientes a través de la mejora continua, de forma ordenada y sistemática.

Según Díaz y Salazar (2021), menciona que han sido desarrollados siete principios de la gestión de la calidad, contemplados en las normas ISO 9000, las cuales sostienen como objetivo mejorar el desempeño y aplicarse en cualquier empresa, dependerá del tamaño, del talento humano, de las particularidades del producto, entre otros. Estos principios son:

- Perspectiva del consumidor
- Presencia de un líder
- Colaboración por parte de los trabajadores
- Perspectivas fundamentadas en procesos
- Implementar la mejora continua
- Perspectivas fundamentadas en acontecimientos para tomar decisiones
- Conexión recíproca y provechosa con el proveedor

Gestión de Inventario

Los inventarios representan para la empresa un activo, de acuerdo a lo señalado por Juca et al. (2019), los productos almacenados son activos, que al momento de ser vendidos producen ganancia para las organizaciones. Asimismo, menciona algunas ventajas y desventajas de esta gestión, mostradas en la siguiente tabla.

Tabla 12

Gestión y control de inventarios	
Ventajas	Desventajas
<p>Conservar una observación adecuada de las existencias protege a la empresa de:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Caída en ventas y pérdida de clientes b. Hurtos a las existencias c. Existencias estancadas d. Existencias estropeadas u obsoletas e. Sobrantes o faltante de inventario f. Informes precisos para tomar decisiones g. Minimizar gastos h. Suprimir la probabilidad de duplicaciones en existencias i. Admitir la ejecución de una planificación para despacho de existencias j. Apoya para encontrar existencias con deficiencia de rotación k. Informe fidedigno para la transmisión de balances 	<p>Conservar un control de existencia puede generar algunos problemas</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Llevar a cabo y conservar un control de existencias apropiado realiza transformaciones notables en las organizaciones b. La consignación de deberes, generalmente simboliza la inconformidad de los trabajadores c. Por tratarse de un control que se ha de ejecutar, tardara un periodo para su adecuación.

Fuente: Juca et al. (2019)

Liderazgo

Dentro de la gestión empresarial también se contempla un elemento muy importante para esta, como es el liderazgo, el cual según Hernández (2021), es la habilidad para influenciar a otros para conseguir un buen desempeño en la realización de tareas, generándose una relación entre el líder y sus subordinados.

En este sentido, Almonacid y Huamani (2022), consideran que el líder como un individuo que ocupa una posición dentro de un grupo, influenciando a otras personas con expectativas según su rol y coordinando con el grupo para lograr el logro de los objetivos.

Por otro lado, Rivera et al. (2020), señalan que el trabajo de un líder no se limita hacer que la gente trabaje, su finalidad es que las personas puedan disfrutar su trabajo, se crean productivas y útiles con la tarea que realizan, por lo que sus energías se canalizaran al logro de los resultados esperados.

La figura del líder, juega un papel relevante de cualquier organización, puesto este es que lograra con sus actitudes armonizar el grupo de trabajo y enrumbarlos al logro de los objetivos, por este motivo, es una figura que no puede faltar en un emprendimiento.

Herramientas que apoyan los procesos de gestión

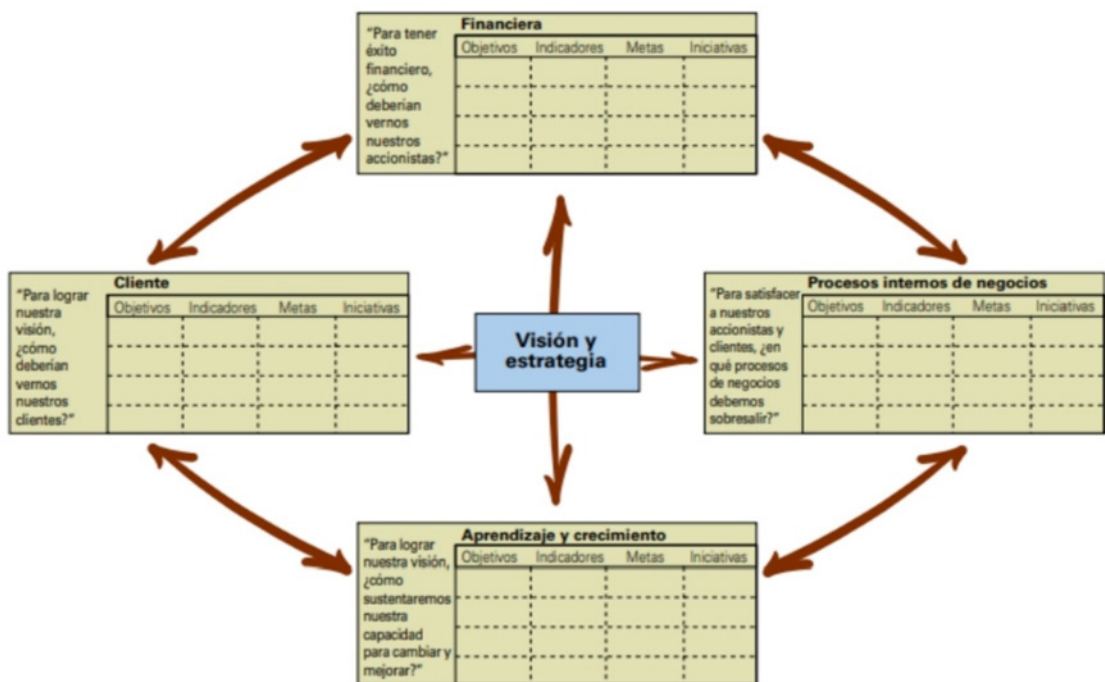
Existen diversas herramientas que pueden ser utilizadas para la organización para el manejo de su gestión, las cuales facilitan y minimizan el trabajo. Entre estas nombraremos las que se consideran son las más usadas en el contexto empresarial.

1) Cuadro de Mando Integral o Balances Scorecard

El Cuadro de mando integral como instrumento gerencial según lo expresado por Pedrini (2022), es utilizada para plantear y controlar cada nivel de la organización, ampliando la información acorde a los niveles de responsabilidad, por cuanto representa una herramienta para la medición, la gestión y la comunicación y que contempla las áreas claves de una organización. Su finalidad es mostrar la posición de la organización y del ámbito en que se desenvuelve, permitiendo la toma de decisiones correctivas y preventivas. A continuación, se muestra el modelo de este instrumento.

Figura 13

Traducir la visión y la estrategia: cuatro perspectivas



Fuente: Pedrini (2022)

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

Esta herramienta contempla cuatro perspectivas, las cuales son mencionadas por Ghiglione (2021):

- **Perspectiva financiera:** Representa el fin perceptible de la estrategia, cuyo propósito es el aumento del valor para los accionistas. Se deben describir las medidas financieras como: rendimiento de la inversión, entradas de dinero, aumento de ventas, riesgos y gastos financieros. Las estrategias van orientadas al mercado con el fin de aumentar la valía del accionista, por lo cual es preciso acrecentar los ingresos y minimizar gastos.
- **Perspectiva del Cliente:** La estrategia se orienta en el mercado, orientándose al cliente objeto y la sección objetivo. Planteándose interrogantes como: ¿Cómo perciben los clientes la empresa y como aumentar su lealtad? Además, se describen las particularidades del producto: precio, calidad, atención, plazos de entrega, funcionalidad, asistencia técnica, y las estrategias deben ser definidas para adaptarse y responder a las perspectivas del cliente.
- **Perspectiva de procesos internos:** Contempla cuales son los procedimientos internos que deben ser mejorados por la organización para alcanzar sus objetivos estratégicos. Toda organización debe hacer frente a sus procedimientos de gestión operativa: producir y distribuir, procesos de gestión para clientes: alcanzar la persuasión, retenimiento y reforzamiento de correlaciones empresariales, métodos para innovar, que otorguen eficacia en el desarrollo y optimicen las peculiaridades de los productos y servicios, los procesos regulatorios y sociales, los cuales van destinados a conseguir el posicionamiento de la figura de la organización, creando merito social y se cumplen las reglamentaciones tales como: limitaciones ambientales, de estabilidad y de ocupación.

- Perspectiva de aprendizaje y crecimiento: Se debe dar respuesta a interrogantes: ¿Cómo pueden las organizaciones mejorar continuamente para crear valor en el futuro? Para ello es necesario contemplar las competencias del capital humano, en los sistemas de información y como apoyo para la evaluación de la gestión y comprobar si se cumplen los objetivos estratégicos y el capital organizativo que tiene que ver con la cultura, el liderazgo, trabajar en equipo y el alineamiento de las probabilidades personales con la misión de la organización.

2) Matriz FODA

Según Castillo (2023), menciona que FODA quiere decir: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Se usa para la identificación de los factores internos y externos que pueden impactar el manejo de una empresa. Por lo que determina la situación actual lo cual permite una posterior planificación y toma de decisiones.

Asimismo, Vega et al. (2022), señala que es un análisis del entorno, que sirve para la creación o validación de la misión de una organización, además analiza los distintos escenarios posibles que se relacionan con su entorno, permitiendo la identificación de tendencias futuras en aspectos de ámbito político, legal, económico, sectorial, social, tecnológicas, asimismo con aquellas relacionadas a la naturaleza de las empresas asociadas, organizacionales, de cliente y proveedores. Asimismo, se proveen los cambios que pueden ocurrir en un futuro para un lapso entre 3 y 5 años. La matriz FODA visualmente muestra cuatro cuadrantes, los cuales enumeran las principales particularidades y comprobación para cada categoría (Sánchez, 2020)

Figura 14



Fuente: Sánchez (2020)

3) Las cinco fuerzas de PORTER

Esta herramienta según lo señala Torres (2019) es un análisis que se realiza por medio de una herramienta, con el propósito de comprender las causas que establecen la renta de una organización a largo plazo en el mercado y como se desarrolla su competencia a nivel global.

Asimismo, Espinoza et al. (2020), menciona que es un modelo de análisis competitivo, que sirve para establecer el ambiente competitivo de una colectividad, que muchas veces impactar la ganancia. Su uso es de gran relevancia puesto que permite obtener información sobre sus competidores y como estos pueden impactar el mercado.

Figura 15 - Modelo de las cinco fuerzas de Porter

		DEFINICIÓN Y VALORACIÓN DE FACTORES EXTERNOS	
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
5 FUERZAS DE PORTER	PODER DE LOS COMPRADORES	-	-
		-	-
		-	-
	NUEVOS O POTENCIALES COMPETIDORES	-	-
		-	-
		-	-
	RIVALIDAD CON LOS ACTUALES COMPETIDORES	-	-
		-	-
		-	-
	PODER DE LOS PROVEEDORES	-	-
		-	-
		-	-
	PRODUCTOS SUSTITUTOS	-	-
		-	-
		-	-

Fuente: Torres (2019)

La Gestión en los emprendimientos

La gestión del emprendimiento o corporate entrepreneurship, según López y De la Garza (2020), se trata del establecimiento de nuevos negocios rediseñando la producción y/o servicios o simplemente ampliando los mismos. Por lo que rediseñar el negocio otorga valía a la empresa. Asimismo, menciona que esta gestión de emprendimiento implica:

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

- Crear un nuevo negocio adentro de la empresa, a través de la creación de una nueva línea de producción o servicios (también se conoce como emprendimiento corporativo)
- Renovar la empresa, por medio de una modificación de la organización a través de la utilización de novedosas tecnologías
- Cuando se alteran las normas del mercado, afectado por los competidores.

Por otro lado para, Ochoa y Quijije (2021) aseguran que la gestión del emprendimiento comprende el conjunto de procedimientos que se tienen que realizar para lograr el avance y crecimiento de una empresa, con el propósito de llegar hacer una organización competitiva a un largo plazo y por ende pueda ser generadora de empleo.

Ventajas y Desventajas

Dentro de las ventajas de la gestión de emprendimiento Solis et al. (2022), menciona que son:

Ventajas:

- **Autonomía:** La autodeterminación y autonomía para la toma de decisiones es primordial para esta ventaja, y dependerá de la administración de todo individuo.
- **Control financiero:** Se requiere llevar una excelente administración de entradas y gastos para poder originar un óptimo rendimiento.
- **Desafío:** Se refiere al entusiasmo y a las actitudes para comenzar un proyecto.

Desventajas:

- Sacrificio personal: Dado a que para ver resultados los emprendedores deben trabajar afanosamente.
- Exceso de compromisos
- Diferencias entre los jefes y sus empleados.

Todo modelo de gestión, debe contemplar algunos aspectos claves para el negocio, lo cuales según lo señalado por Cheves (2022), son:

- Clientes: Son todos los individuos que se beneficiarían por los productos o servicios que ofrecerá la organización, conocido como mercado objetivo.
- Producto: Lo que la organización suministrara.
- Infraestructura: Se refiere a la manera en la que se provee el producto, la guía de operación.
- Finanzas: Es como la empresa consigue sus entradas y las respectivas salidas (modelo de entradas o ingresos).

Porque es importante una buena gestión dentro del emprendimiento

La gestión representa una herramienta medular para la operatividad de las empresas, ya que es a través de esta se logra una administración eficaz de las empresas. Su existencia en cualquier organización es vital para garantizar su buen funcionamiento, su productividad y su rentabilidad.

Por medio de la gestión, las empresas pueden plantearse los modelos, procesos y procedimientos que implementaran para llevar el control de todas las operaciones que se generen producto de su actividad económica. Tener una buena gestión, garantiza integrar cada una de las áreas y organizar sus recursos para lograr un desarrollo sostenible y alcanzar su crecimiento y sostenibilidad.

CAPÍTULO IV

HERRAMIENTAS DE TECNOLOGIA E INNOVACION PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO



El auge tecnológico a nivel mundial ha derivado que procesos, procedimientos y tareas hoy en día se puedan realizar de una forma diferente, reduciendo de manera potencial el trabajo, maximizando recursos, simplificando procedimientos, ahorrando tiempo y lo mejor de todo, contar con respaldos de todas las operaciones que se generan, involucrándose en cada ámbito de la sociedad, para solucionar problemas.

Dado a que la tecnología avanza y mejora en el tiempo, se relaciona directamente con la innovación, ya que es a través de esta que se generan nuevas ideas para arrancar cualquier proyecto. A continuación, se definirán cada uno de estos términos.

Definición de Tecnología

La tecnología se ha convertido en un fenómeno que avanzado a pasos agigantados en el pasar de los años, invadiendo todos los sectores de las naciones, y ha permitido mejorar y optimizar miles de procesos, haciendo más fácil la vida del ser humano. Se entiende por tecnología, según la definición de RAE (2023), como el conjunto de teorías y técnicas que consienten la utilización del conocimiento científico.

Por otro lado, Erazo (2021) expone que la tecnología es la aplicación de medidas prácticas, para solucionar necesidades, en otras palabras, las consultas teóricas componen el fundamento de nuevos diseños tecnológicos, los cuales crean conocimiento que generalmente conllevan a cubrir necesidades, esta relación inspira la innovación, por lo que las sociedades están subordinadas a esta dinámica.

Dado a estas definiciones, queda claro, que la tecnología se relaciona directamente con el conocimiento, el cual viene de los individuos, quienes, con sus ideas y creatividad, han sido capaces de crear e inventar recursos tecnológicos

como equipos, programas, software, entre otros, los cuales han venido mejorando el nivel de vida de los individuos, y por ende a los sectores educativos, económicos, sociales y culturales.

A efectos de esta investigación, se destacará el uso de la tecnología como un instrumento transformador en las empresas, puesto que ha permitido poner a disposición de ciertas tecnologías para mejorar sus procesos tanto internos como externos, y de esta forma puedan mejorarlos.

Definición de Innovación

La definición de innovación fue plasmada por Schumpeter en 1974, tal como lo señala Rodríguez (2019), con enfoque en la tecnología, mercados nuevos, métodos de producción, productos nuevos, fuentes nuevas para el suministro de materia prima, nuevas estructuras de mercado, con el propósito de aportar al desarrollo económico. Desde este punto de vista la innovación, llevó a las mejoras de las actividades de productividad de los distintos ámbitos económicos y se convirtió en un nuevo motor para crear nuevos negocios, como resultado de nuevas oportunidades y necesidades de negocios.

Para Acosta et al. (2020), la innovación comprende la creación de nuevos productos, incorporando las actualizaciones tecnológicas en sus procesos y en la gestión administrativa. Según lo menciona Ibarra (2021), existen varias clases innovación, las cual están basadas en: fin estratégico, nivel de invención en productos o servicios y fin para crearlo. Estas clases son:

- Según por el objeto que se da la innovación: Se orienta hacia el progreso y utilización de tecnologías nuevas para productos y/o servicios, en el cual se busca introducir un producto completamente nuevo al mercado y posteriormente promocionarlo, complementándose con la innovación de los procesos, que también incluye actividades naturales: científicas, tecnológicas, organizacionales, comerciales y

financieras, o del mismo modo en tareas empresariales: organización, producción, marketing y gestión; dado a que todas hacen posible que se logre la innovación dentro de los mercados, a través del establecimientos de segmentos o ventas, con el propósito de generar novedosos tipos de aprovisionamiento de insumos y productos.

- Según el nivel de innovación están se dividen en:
- Innovaciones radicales: son las que se enfocan en productos netamente nuevos en el mercado, puesto que las particularidades, propiedades, elementos e insumos son exclusivos en su elaboración.
- Innovaciones incrementales, también conocidas como parciales, progresivas o secundarias, puesto que esta busca mejorar los productos o servicios que ya existen.
- Según su finalidad: Se cataloga en innovaciones aplicadas por sus particularidades en tecnología en la zona y mercado.

Tecnología e Innovación en los emprendimientos

Solis et al. (2021) Menciona que una de las ideas de Schumpeter, es que el emprendimiento y la innovación se limitan en un ámbito de inventivas para el cambio, para asumir los riesgos en circunstancias de incertidumbre. Por ello el esfuerzo debe estar encauzado a la variación social, económica y cultura de una sociedad, para la generación de rendimiento y competitividad, para que los núcleos familiares puedan beneficiarse a través de los ingresos generados por el trabajo rentable y los emprendimientos puedan acceder a distintos elementos productivos en circunstancias racionales.

Asimismo, Hu Chan et al. (2020), menciona que la innovación es un componente esencial para emprender, que

permite convertir las ideas en productos comercializables. Donde el emprendedor logra innovar a través de la entrada de ideas o para mejorar productos o servicios, por medio de la introducción de tecnologías novedosas, procesos de producción, experiencia laboral o la manera de concebir el negocio.

López y De la Garza (2019) aseguran que es importante la innovación, ya que el objetivo de esta es la identificación y la satisfacción de nuevas necesidades a través de la diversificación de los productos o servicios que brinda, lo cual permite emprender, generar y tener un negocio. Según lo expresa Salazar et al. (2019), la innovación es considerada un elemento clave para el desarrollo del emprendimiento, dado a que esta constituye el elemento principal para aumentar la productividad de los países, dado a que es un procedimiento de innovación económica, social y cultural, por la penetración de nuevos productos y servicios al mercado, además, para las organizaciones resulta relevante la innovación pues les genera rendimientos y lograr sobrevivir en un largo plazo.

Carvache et al. (2022), menciona que la tecnología es una modo de entendimiento para la innovación, como lo es la tecnología de distribuidores en la cadena de abastecimientos, por lo que es muy relevante que la investigación y desarrollo I+D en las organizaciones, dado a que esto las llevan hacia la innovación. Además, señala que las organizaciones necesitan tanto de la tecnología como de los conocimientos con el propósito de crear inventos por medio del conocimiento existente del capital humano, quienes proporcionan capacidades, experiencias, habilidades y conocimientos al personal, siendo un factor clave la motivación del personal para que puedan innovar.

Asimismo, Terán et al. (2019), señalan que a través de la gestión de la tecnología se hace posible innovar en las empresas, dado a que las actividades de innovación generan un mayor impacto si son gestionadas de manera oportuna, sus procesos están bien determinados, son

realizadas metódicamente y cuentan con áreas para su coordinación.

Por lo antes expuestos, se entiende entonces que la tecnología y la innovación operan juntas, una genera a la otra, por lo que sin innovación no habría tecnología. En el caso de los emprendimientos ambos procesos son de gran importancia para garantizar su creación, funcionamiento y desarrollo, si como lo es para cualquier organización.

Las TIC's como herramientas esenciales para los emprendimientos

Las TIC`s según las define Arias (2021), son todos los instrumentos, elementos electrónicos y dispositivos que preparan la información y facilitan el progreso de las organizaciones, algunos de los recursos de las TIC son los celulares, correos, servidores y plataformas digitales, a través de estos es posible el intercambiar información desde distintos puntos cardinales del mundo.

Por otro lado, Macias et al. (2020), define las TIC's como un grupo de desarrollos tecnológicos que están conexos con la obtención, almacenaje, manejo, descripción y traspaso de datos, que establecidos en el uso de procesos informáticos y de redes de transmisión, se emplea en tareas para: calcular, procesar, controlar, producir y comunicar la información

Por lo que incorporar el uso de las TIC's dentro de cualquier organización, conllevaría a crear ventajas competitivas por el uso de la tecnología, ya que esta crea valor por la conducción excelente y eficaz de los medios tecnológicos y de la información.

Pasquel et al. (2021), aseguran que a nivel empresarial, se necesita de un proceso de maduración con respecto al uso de las TIC, que va desde el simple uso con impactos beneficiosos insignificantes incluso la utilización y provecho que convierte sus procedimientos productivos

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

de negocio y tomar decisiones, en este sentido, incorporar las TIC dentro de una empresa debe llevarse a cabo en cuatro etapas durante un largo camino evolutivo, y que se relaciona con la capacidad y experiencia de las organizaciones en las economías:

- Las organizaciones que presentan inconvenientes para acceder. Generalmente las micro y pequeñas organizaciones, particularmente las informales.
- Las organizaciones que se centran en generar información y su conducción básica. Hay una porción de empresas bajo la informalidad que ya se han establecido, predominando en las pequeñas y medianas empresas.
- Análisis de la información para tomar decisiones. Una porción significativa de la productividad es efectuada por organizaciones medianas y grandes.
- Articulación y aprovechamiento de las tecnologías en la organización y en la productividad, progresando hacia la innovación. Aquí se necesitan altos grados de producción, fundamentados en la competitividad y sueldos altos. Se da en un gran porcentaje de organizaciones grandes.

Córdova et al. (2019) afirman que aquellas organizaciones que aumentan la novedad en tecnologías se tornan más competitivas, ya que los directores consiguen implementar estrategias apropiadas y organizar los objetivos con los de la empresa, gracias a las bondades que proporcionan las TIC's como: métodos de procesamiento de datos de información y Big Data utilizados para tomar decisiones, sistemas cerebrales artificiales para vigilar el trabajo de los trabajadores y estudios de cambios, procesos especializados para reuniones de soporte y redes sociales para interactuar con los compradores, además es la manera de computar en la nube y la enseñanza en online para mejorar la utilización de capitales, entre otros. De

esta forma vale la pena mencionar los aportes que genera las TIC's:

- Facilidad en el acceso de la información
- Procesamiento rápido y confiable de todo tipo de datos
- Canales de comunicación inmediatos
- Capacidad para el almacenamiento
- Automatizar las labores
- Participatividad
- Automatización de la información

Muñoz et al. (2019), señalan que existen cuatro limitaciones que afrontan las empresas cuando deciden adoptar esta tecnología:

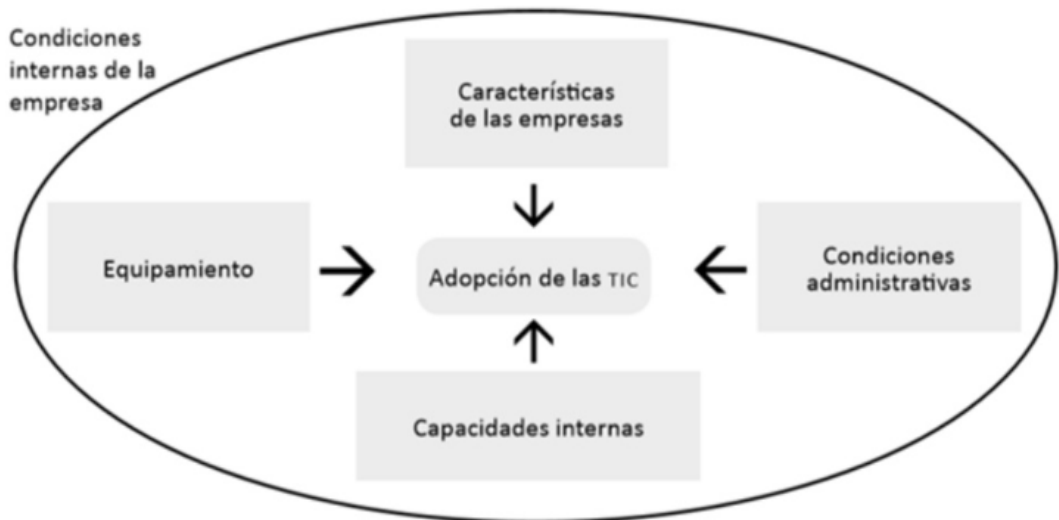
- 1) Discernimiento sobre las TIC's, las cuales ayudan a optimizar la práctica de los negocios
- 2) No contar con capitales para inversión en hardware y software
- 3) Falta de adiestramiento
- 4) Problemas para acceder a servicios especializados externos de la organización.

Lo anterior se complementa con lo expuesto por Buenrostro y Hernández (2019), los cuales señala cuales son las condiciones internas que repercuten en la integración de las TIC's dentro de una organización, las cuales divide en cuatro categorías:

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

- Las características propias de la empresa
- Las capacidades con que cuentan los empleados
- Su equipamiento
- Las condiciones de la administración interna.

Figura 16 Factores internos de las empresas que inciden en la adopción de las TIC's



Fuente: Buenrostro y Hernández (2019)

Además, Bernal y Rodríguez (2019), aseguran, que producto del progreso de las tecnologías han nacido recientes canales de información como lo son el internet, de donde se ramifican distintas aplicaciones que hoy en día son muy populares como lo son: el correo electrónico, las redes sociales y la mensajería instantánea.

Aprovechamiento de la tecnología y las nuevas tendencias digitales en los emprendimientos

Es necesario que las organizaciones puedan adoptar el uso de las tecnologías para optimizar cada uno de sus procesos, en miras a lograr sus objetivos a corto, mediano y largo plazo, por lo que deben hacer esfuerzos por

mantenerse al día en cuanto a la actualización tecnológica, que les permita mantenerse en concordancia con los vertiginosos cambios que esta genera cada día.

Sin duda alguna, mantener una actualización tecnológica no es fácil, ya que se requiere de inversión, y que en el caso de los emprendimientos suele ser una traba, ya que generalmente estos no disponen de suficientes recursos que le permitan mantenerse alienados a estos vertiginosos cambios.

Sin embargo, no pueden dejar pasar la oportunidad de aprovechar las bondades que en la actualidad ofrece la tecnología a través de las nuevas tendencias digitales y de las distintas herramientas disponibles. A continuación, se mencionarán las tendencias digitales más usadas en la actualidad.

Comercio electrónico

Según Sumna et al. (2020), el comercio electrónico es una actividad a través de la cual, se pueden realizar transacciones de negocios por medio de redes informáticas: internet, aplicaciones móviles, mensajería, etc. Por otro lado, Ruiz (2023), señala que el comercio electrónico se describe como cualquier manera de realizar transacciones comerciales, y la comunicación entre los individuos es solamente por vía electrónica, sin contacto presencial directo. Por lo que es necesario resaltar que la utilización de la tecnología y los equipos tecnológicos son los que admiten la comunicación y las transacciones de los productos y servicios.

Sin embargo, esta actividad puede generar tanto ventajas como desventajas tanto para las empresas como para los compradores, las cuales según Vera (2020) son:

Ventajas para la Organización:

- Amplía los niveles de eficacia para las empresas simplificando los procesos
- Genera el aumento de las ventas, llegando a mercados nuevos
- Favorece el trato entre las organizaciones, al minimizar los procesos
- Minimiza y anula los mediadores de la cadena de suministro, disminuyendo los gastos
- Minimiza los ciclos de productividad, estableciendo mercados más competitivos
- Igualdad para todos los consumidores sin distinción de ciudadanía, domicilio, etc.
- Se eliminan los materiales impresos como catálogos, manuales de servicios y operación, minimizando costos
- Está disponible durante todo el día y brindan métodos de marketing personalizado
- Se logra una mayor proximidad con los clientes a través de una comunicación adaptada a todos los gustos.

Desventajas para la organización:

- Es necesario pactar convenios mundiales que permitan la regulación y jurisprudencia del comercio electrónico
- La autenticidad legítima para convenios y transacción sin documentos

- Pago de impuestos por las operaciones internacionales
- Total desconocimiento del recurso y sus bondades
- Salvaguardar derechos de autor
- Confianza en el manejo de pagos a través de medios informáticos
- Exceso de información que dificulta hallar la información que se necesita

Ventajas para el comprador

- Tiene a su disposición gran diversidad de ofertas de productos, precios y condiciones
- Tiene acceso a buscar las mejores alternativas en productos y servicios que son ofrecidos por los vendedores, en los entornos nacionales e internacionales, permitiendo la comparación de precios y calidad.
- Tienen ingreso a servicios de preventa y postventa, así como a asistencia de ayuda para la selección y compra de productos
- Poder obtener productos que no estén disponibles en su zona

Desventajas para el comprador

- Inexistencia de instalaciones o local físico del negocio
- Esa inexistencia de espacio físico, produce desconfianza al realizar pagos electrónicos
- Desconfianza a suministrar datos personales en el momento en que se adquiere un producto

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

- Desconocimiento del medio que se usa
- Inconvenientes para comprender el idioma usado en las páginas electrónicas, que generalmente manejan el inglés.
- Desconfianza por no conocer al vendedor, llevándolos a usar los medios tradicionales de compra
- Tardanza en la entrega de productos adquiridos por internet, así como el riesgo de recibirlos con desperfectos que no son cubiertos por el vendedor.

Sin duda alguna el comercio electrónico es una de las ventajas que ha proporcionado el crecimiento de la tecnología e innovación a nivel mundial, aportando valor a las organizaciones.

Marketing digital

Guerrero y Moreira (2019), lo define como los medios virtuales que admiten la interactuar con los consumidores y empresas, por medio del manejo de diferentes medios electrónicos y redes sociales. Por otro lado, Jiménez et al. (2022), mencionan que el marketing digital son todas aquellas herramientas que aportan en proporción al marketing para mejorar la relación con los clientes. Asimismo, señala que es un elemento que agiliza los procesos del comercio global, a través del uso de técnicas que mejoren e implementen estrategias de negocios que puedan detectar oportunidades del mercado global.

Ballesteros et al. (2019) Menciona que las estrategias esenciales donde actúa el marketing figuran las mostradas en la siguiente tabla:

Tabla 13 - Estrategias de marketing digital

Sitio Web	Representa la base primordial para el marketing digital, ya que es el espacio en que las empresas pueden ofrecer y vender sus productos y/o servicios. Por lo cual es importante que las empresas cuenten con un sitio web competente que genere suficiente confianza para captar posibles clientes y comenzar una relación comercial con la organización.
Blog empresarial	Toda empresa sin importar su tamaño, tiene que tener un blog, el cual ayudara a captar el interés del público por medio de publicaciones informativas beneficiosas. Cualquier organización por pequeña que sea debe contar con un blog, dado que, este ayuda a llamar la atención de la audiencia de interés a través de artículos potencialmente útiles, además constituye también el punto central para las estrategias de marketing de contenidos, dado que a través de estas estrategias las organizaciones renuevan sus contenidos para conseguir una mejor ubicación en los buscadores de internet.
Posicionamiento en buscadores (SEO)	Posicionarse en los buscadores de búsqueda, o también conocido como SEO (Search Engine Optimization), tiene como propósito esencial que la empresa aparezca entre los principales resultados, cuando los usuarios busquen alguna información sobre productos o servicios que se ofrezcan en Google u otros motores de búsqueda. Por lo tanto, el SEO representa una de las estrategias para el marketing digital que genera un alto tráfico cuando se navega en la web direccionándolo a la página web.
Redes Sociales	Constituye la estrategia más usada mundialmente, siendo necesario que las organizaciones tengan presencia en las más importantes redes sociales como: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn, Google, entre otras, lo cual permitirá establecer una comunidad internautas afianzando lazos emocionales con la organización. Por lo que el objetivo de esta estrategia es conseguir que los no conocidos se transformen en amigos, estos en clientes y los clientes en predicadores de la organización.
Publicidad online	Para que las empresas consigan llegar a sus compradores, la alternativa de la publicidad tanto para redes sociales como en buscadores web, representa una de las mejores elecciones, a pesar que en muchas ocasiones las personas navegan en la web y suelen pasar por alto algunas de las publicidades.
Email marketing	El empleo del correo (mail) generalmente es una estrategia positiva, siempre y cuando se obtenga el consentimiento de los individuos para recibir los correos, puesto que, al no existir el consentimiento, estos correos se ubican en lugar conocido como correo no deseado, pasando inadvertidos para los internautas.

Fuente: Ballesteros et al. (2019)

Es evidente que la tecnología y la innovación han originado diversos beneficios para los distintos sectores de la sociedad, siendo uno de estos el sector empresarial, el cual debe aprovechar cada una de los instrumentos disponibles para gestionar sus empresas de una manera eficiente, a través de su adaptación a estas tecnologías, que, sin duda generan grandes beneficios y disminuyen costos en sus procesos. Por lo que su utilización es primordial para su subsistencia y crecimiento.

Para los emprendimientos parece un horizonte difícil de afrontar, dados a sus limitados recursos, sin embargo, en la actualidad, estos han tratado de adoptarlos para que sus negocios se mantengan y puedan expandirse en el mercado donde se desenvuelven.

¿Los emprendimientos aportan a las economías de un país? Una revisión en América Latina

Como se ha venido mencionando, los emprendimientos representan para las naciones, un factor muy importante para las economías, puesto estos generan recursos económicos, empleo, cubren necesidades en ciertos productos o servicios, entre otros beneficios, por lo cual son considerados por los gobiernos como una acción que promueve el crecimiento y desarrollo.

Según lo menciona, Cañarte et al. (2020), los emprendimientos dinamizan las economías, impulsado el desarrollo productivo, por lo que países que apuestan al progreso toman el emprendimiento como un factor para su desarrollo. El emprendimiento promueve factores positivos para un país como: competir, pluralidad, elección, colaboración, cambios, progreso, desarrollo científico y entendimiento. Además, asegura que, a pesar de no ser la única solución para el desarrollo de la economía, sin duda, es vital para recuperar, proceder y apresurar este.

Mendoza et al. (2019), aseguran que los emprendimientos

nacen y se mantienen generalmente por la necesidad de vocación del administrador y de los empleados, por lo que hay que reconocer su contribución para minimizar la tasa de empleo de un país. De este modo las prácticas de emprendimientos no solo aportan al sostenimiento de las familias, sino que aporten al desarrollo económico local y nacional.

Además, Delgado y Chaves (2020) mencionan que cualquier proyecto de emprendimiento crea vínculos encadenados que generan tanto avances tangibles en una sociedad, como estimular el crecimiento de las regiones, a través de la cooperación e intervención comprometida de los individuos. Asimismo, Martínez (2019), asegura que la figura del emprendedor es de gran interés para el desarrollo de la economía, lo cual ha sido reconocido por organizaciones internacionales muy importantes como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la cual en el año 1988, emitió un programa llamado Fostering Entrepreneurship para que se tuviera una mejor comprensión sobre el papel que tienen los emprendedores en la economía. De igual forma organismos como el Banco Mundial, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y el Fondo Monetario Internacional (FMI) han promulgado distintas resoluciones orientadas al entendimiento y fortalecimiento del emprendimiento en países en vía de desarrollo.

Por otro lado, Arteaga et al. (2019), aseguran que por ser los emprendimientos una de las causas que inciden en el desarrollo económico de una nación, ocupan un sitio favorecido en las agendas políticas de todos los países, por representar además una viable herramienta para lograr el progreso social y económico de un país.

Igualmente, Heredia et al. (2021), expone que un emprendedor ejerce como dinamizador de las economías y promueve la producción por medio de la creatividad y la innovación, en conjunto con otras tácticas para la consolidación económica, produciendo variaciones fundamentales dentro de las economías locales, además

cuando se presentan crisis, los emprendedores juegan un rol primordial para hacer frente a estas situaciones y como consecuencia lograr la reactivación de la economía.

Según lo menciona Solórzano y Verduga (2021), América Latina ha llegado a transformarse en un territorio con diversidad tanto social como económica. Donde el emprendimiento es distintivo en estas economías, para dar respuestas a altos grados de desempleo y que por medio del autoempleo pasan hacer una alternativa para producir dinero, por lo cual estas empresas se consideran un factor clave para las estrategias de desarrollo.

Useche et al. (2021), Comentan que a pesar de las situaciones y condiciones desfavorables que dejó la pandemia del Covid-19 en América Latina, los emprendimientos digitales lograron conservar y promover innovaciones, donde algunos de los cambios implementados predominaron las tecnologías de información y comunicación, el marketing digital; en actividades de promoción, oferta y entrega de bienes y/o servicios, implementación de dispositivos para la transferencia digital para los procedimientos beneficiosos y la relación con proveedores. Esto a su vez generó nuevos emprendimientos como el servicio de entrega de puerta en puerta por medio de una aplicación móvil, comúnmente conocido como delivery, la comercialización y ventas de productos, donde evidentemente la tecnología a través de las plataformas digitales, la cooperación y alianzas estratégicas jugaron un papel vital para estos emprendimientos.

Lo anterior certifica, lo importante del papel que ha cumplido la tecnología, la innovación y las herramientas tecnológicas, para enfrentar una situación que causó grandes estragos económicos como lo fue el Covid-19, ya que el uso de la tecnología permitió enormemente que los negocios encontraran una manera de subsistir a pesar de la grave problemática de someterse a una paralización del cien por ciento de sus actividades, logrando encontrar la manera de comercializar sus productos por medio de

diferentes vías digitales que se encuentran a disposición en los mercados.

Según lo expone Soria et al. (2021), los datos suministrados por Global Entrepreneurship Monitor, la cual es un referente internacional sobre emprendimiento, señala que Chile y Colombia se encuentran en el primero y sexto lugar en Latinoamérica con una valoración TEA (emprendedores en etapa inicial) de 36,7% y 22,3% respectivamente, lo cual hace ver que existe un progresivo crecimiento empresarial. Asimismo, menciona que en Chile se han promulgado políticas económicas con el propósito de estimular el establecimiento de nuevos negocios, que cuenten con características innovadoras, con el propósito de ampliar la competitividad entre pequeñas y medianas organizaciones, considerándolo como el país más dinámico de la región en la creación de nuevos negocios.

Con respecto a Colombia también menciona que se encuentra en el puesto número 34 de 189 naciones que promueven los emprendimientos, y para el año 2018 Colombia los emprendedores contaban con un nivel de educación superior de 52%, lo cual origina que las posibilidades de éxito y sostenibilidad del emprendimiento sean aún mayores. Sin embargo, también acota que el emprendimiento en Colombia un 95% corresponde a nuevos negocios de tipo Mipymes: micro, pequeñas y medianas empresas y de 10, 8 no consiguen perdurar después de siete años de funcionamiento, por problemas como: competitividad, fragilidad empresarial y falta de apoyo del estado.

Por otro lado, Vernaza et al. (2020), indican que en Ecuador ha existido empeño gubernamental, de instituciones educativas e instituciones públicas y privadas en cuanto a la innovación y emprendimiento para afrontar los inconvenientes presentes al momento de emprender o innovar, las cuales están relacionadas a: falta de apoyo fiscal, falta de inversión, carencia de resultados ingeniosos derivados por una falta de patentes, falta de

reglamentación de finanzas, fiscales, contractuales y de propiedad intelectual. Por consiguiente para poder enfrentar cada una de estas dificultades, el Gobierno Ecuatoriano promulga el 07 de enero de 2020, el proyecto de Ley de Emprendimiento e Innovación, que considera el apoyo financiero para emprendedores, incluyendo los recursos colectivos, recursos para educar al emprendedor, designación de figuras sencilla como las jurídicas, unipersonales o societarias para el emprendimiento, y la conformación de un directorio nacional de emprendimiento, la cual estaría a cargo del Ministerio de la Producción.

Izurieta et al. (2022) mencionan que en Latinoamérica, las microempresas generalmente no perduran por mucho tiempo en los mercados, dado a que un porcentaje considerable no logra llegar a dos años de funcionamiento, a consecuencia de la no aplicación de estrategias de mercado, eficacia, especialidad, desarrollo organizacional y administración de riesgos, lo que afecta alcanzar su éxito o fracaso.

Se puede decir entonces que lo señalado en el párrafo anterior, es consecuencia de que generalmente los emprendimientos no disponen de un sistema de gestión que le facilite la operatividad de su negocio, así como también, pudiera derivarse de la falta de inversión tecnológica y la implementación de herramientas digitales.

Una acotación muy importante la hace López (2022), quien expone que en la actualidad se hace necesario un cambio en la mentalidad para crear una empresa. Los empresarios no solo deben pensar en beneficios económicos para enriquecerse, sino que deben plantear estrategias novedosas que apoyen los procesos ambientales, mejorar la calidad de vida, así como convertirse en un ejemplo para las nuevas generaciones.

Según lo comenta Ramírez (2020), Las principales dificultades que enfrentan los emprendimientos en América Latina, es la inexistencia de una cultura organizacional firme, como también la inversión, por lo

que asegura que para un emprendedor es necesario contar con competencias amplias y conocer cómo diligenciar un proyecto que le permita aplicar definiciones, habilidades, pericias, mejores prácticas llevadas a cabo mundialmente.

En una investigación efectuada por Banco de Desarrollo de América Latina (2013), América Latina se identifica por tener una alta tasa de emprendimientos, pero el 75% de los emprendedores de la zona, son microempresarios, ya que operan con menos de cinco empleados, y a nivel nacional emplean un 40% de los trabajadores de empresas privadas. Sin embargo, siendo un alto número y emplean una parte considerable de trabajadores, casi todos operan bajo la informalidad, por lo que se hace primordial se planteen políticas públicas orientadas a la actividad emprendedora y de esta forma combatir esta informalidad.

Un dato muy importante lo revela González (2023), la cual indica que 1,5 millones de mujeres emprendedoras que son asistidas en la Fundación Micro finanzas BBVA (FMBBVA) en América Latina, tienen diversos problemas, inquietudes y desafíos. Estas son originarias de países como Colombia, Perú, República Dominicana, Chile y Panamá desean ser jefas de su futuro y lograr ser autosuficientes financieramente por medio de sus emprendimientos pequeños. Sin embargo, están condicionadas a la situación económica que viven donde el 86% son vulnerables y un 38% está en pobreza extrema, lo cual las hace susceptibles a imprevistos. Sin embargo, generar ingresos propios persigue su bienestar personal y la educación de sus hijos, además de aportar beneficios a las comunidades locales si sus negocios logran crecer.

Asimismo, menciona que América Latina reporta la mayor tasa a nivel mundial de emprendimientos femeninos y son las mujeres quienes están dirigiendo la mitad de las más de 17 millones de pequeñas y medianas empresas en la zona. Sin embargo, es necesario la promoción a la inclusión financiera de estas mujeres como un componente vital para el desarrollo de las naciones, haciendo sus negocios

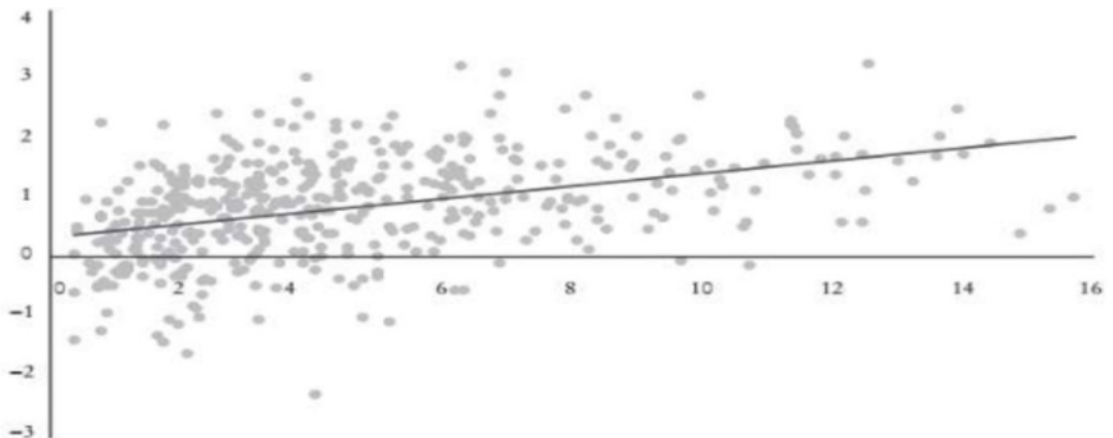
Emprendimiento: Una alternativa de negocios

sostenibles en el tiempo con productos que puedan adaptarse a su realidad social y económica.

Rincón et al. (2021), En su estudio realizado hizo un análisis estadístico de Colombia estableciendo la correlación entre el emprendimiento, la innovación y el crecimiento económico. En el caso de Colombia indico que en municipios se da una correlación mutua y efectiva entre el PIB per cápita y la tasa de emprendimiento, en la figura 17, se puede observar que la línea entre de ajuste del PIB y la tasa de emprendimiento están estrechamente relacionados, por lo que se entiende que entre mayor este la tasa del PIB mayor es su tasa de emprendimiento.

Figura 17

Relación entre el PIB per cápita y emprendimiento



Fuente: Rincón et al. (2021)

Asimismo, muestra un estudio de países Latinoamericanos, obteniendo datos de las relaciones de doble vía, entre el desarrollo económico y el emprendimiento, mostrando una relación positiva entre estos factores. Se consideró el análisis del capital humano emprendedor, donde Colombia se encuentra en el puesto 23 del ranking mundial y el puesto No. 1 en América Latina, tal y como se muestra en la

Figura 19, continuando con Chile y Costa Rica, quien a nivel mundial ocupa el lugar 32.

Figura 18

Capital humano emprendedor Rankin 2019



Fuente: Rincón et al. (2021)

Estas estadísticas muestran la importancia que tienen los emprendimientos dentro del Producto Interno Bruto (PIB) de las naciones, y por qué se debería fomentar su desarrollo y crecimiento, además se evidencia que en países latinoamericanos existe una alta presencia de este tipo de negocio, a pesar de los inconvenientes financieros, sociales y políticos que se enfrentan.

Por otro lado, cabe mencionar lo mencionado en la investigación de Aguirre (2018), el cual en los resultados de su estudio determinó que el emprendimiento en América Latina arroja disparidades en torno al crecimiento económico, ya que no existe un ambiente adecuado para el desarrollo de los emprendimientos, en especial producto

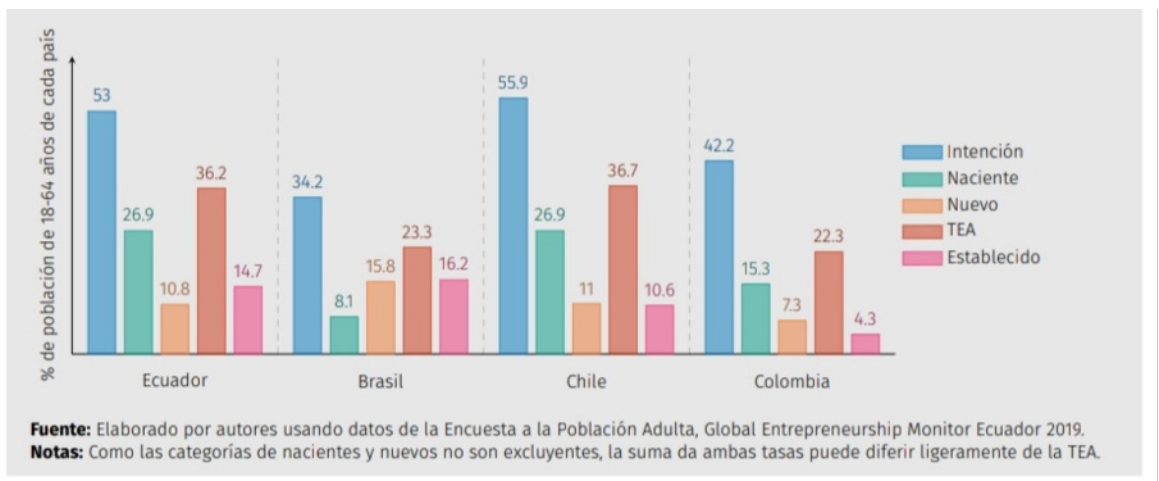
Emprendimiento: Una alternativa de negocios

de los marcos regulatorios, lo cual ocasiona inseguridad jurídica y por ende genera desconfianza por el riesgo que corren los inversionistas a la hora de crear un negocio. Además, considera que mejorar las condiciones para el emprendimiento provocaría un cambio estructural en este y su forma de planificarlo, financiarlo y ejecutarlo, con el objeto de estimular la creación e innovación de las organizaciones.

De igual manera, Lasio et al. (2020) en su investigación muestra la actividad emprendedora, la cual para el año 2019 mostro una mayor concentración en emprendedores que tienen el propósito de emprender en un 53% para los subsiguientes tres años. Para los emprendimientos nacientes, que no han llegado a los tres meses de operar, Ecuador tiene una tasa de 26.9% que está muy superior del promedio 15.62% de los países Latinoamericanos, pero igual a Chile, teniendo un incremento de 5.7% en cotejo con el año 2017. Igualmente, Ecuador muestra la mayor tasa en las economías de ingresos medio arrojando una media de 8.7%. Esto se muestra en la figura 19, donde se examinan los resultados tanto para Ecuador como otros países de Latinoamérica, del TEA (Actividad emprendedora temprana)

Figura 19

Evolución de la actividad emprendedora temprana en Ecuador y países seleccionados



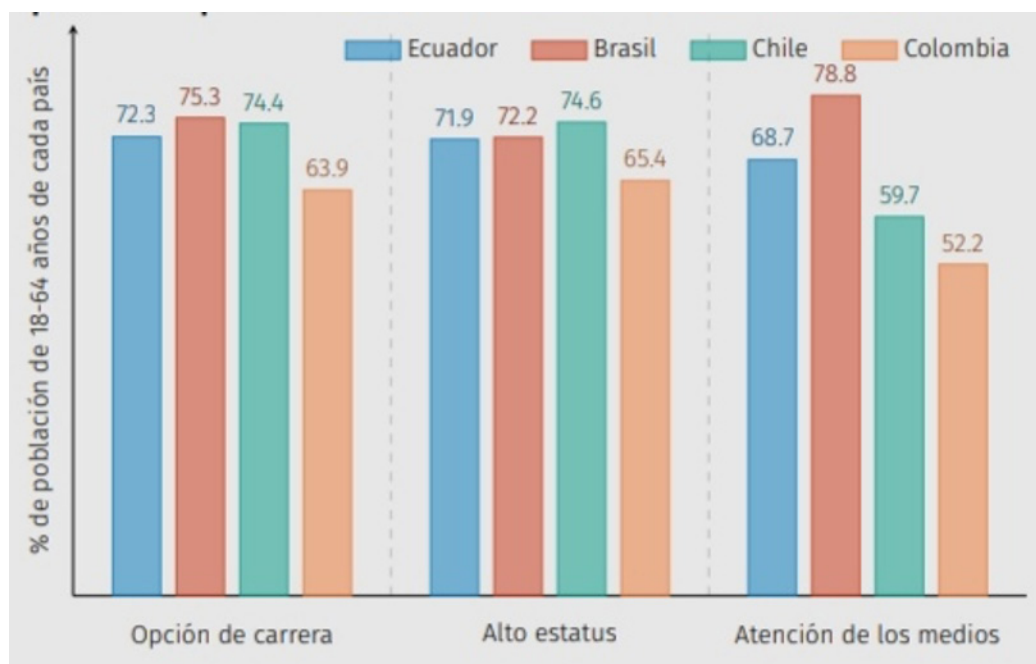
Fuente: Lasio et al. (2020)

Los resultados demuestran que hay gran voluntad para emprender en estos países, además de mostrar que son muy pocos los emprendimientos que se encuentran establecidos por lo que se hace necesario, fijar políticas que se orienten hacia el fortalecimiento de esta actividad, y de esta forma los emprendimientos puedan consolidarse.

Asimismo, en esta investigación también se mostraron resultados en relación a la percepción que tienen la población sobre los emprendimientos, relacionados a iniciar un negocio como una opción de carrera, dado a que los emprendedores que triunfan son envidiados por la sociedad y a través de los medios de comunicación se hace del conocimiento de la sociedad sobre estos emprendedores exitosos. Por tanto, en la figura 20, se reflejan las cifras de cómo es visto el emprendimiento en las sociedades de Ecuador, Brasil, Chile y Colombia.

Figura 20

Indicadores de gestión de percepción individual



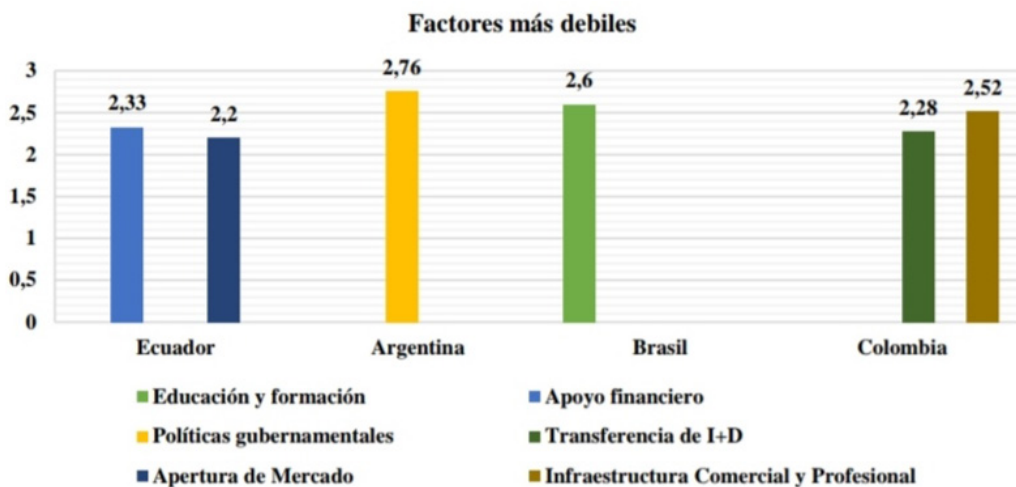
Fuente: Fuente: Lasio et al. (2020)

Emprendimiento: Una alternativa de negocios

Estos resultados demuestran, que los emprendimientos son vistos como un factor importante para alcanzar autonomía financiera, fijándose como una meta para hacer carrera en este sector, además de la influencia que tienen los medios comunicacionales para promover la actividad.

Asimismo el trabajo ejecutado por Maiza et al. (2020), se analizaron los factores más débiles que más afectan el desarrollo de los emprendimientos en países de América Latina. Estos resultados se formulan en la figura 21.

Figura 21



Fuente: Maiza et al. (2020)

Según los resultados se puede observar que en Ecuador consideran que hay poca apoyo financiera y apertura de mercado, mientras que en Argentina considera que no hay poca disposición en la regulación gubernamental, Brasil considera que es la educación y Colombia indica que es la poca transferencia de I+D y la estructura comercial y profesional. Por lo cual estos serían los sectores que deben atacar los entes gubernamentales de estos países, a fin de brindar un mayor apoyo a los emprendimientos de acuerdo a sus necesidades.

Dada la información consultada, se evidencia que América Latina, todavía tiene que recorrer un camino muy largo para lograr fortalecer la actividad del emprendimiento, para lo cual es necesario que los gobiernos adecuen sus normativas, así como flexibilicen el tratamiento financiero y tributario que se le da, a fin de apoyar los primeros años hasta que logren consolidarse, así como también es necesario fomentar la preparación académica en esta materia, con el propósito de que los emprendedores cuenten con conocimientos consolidados que a la hora de emprender beneficien su negocio y por ende se disminuya considerablemente la informalidad.

BIBLIOGRAFIA

Acosta , A. N. (2020). Herramientas de innovación como soporte metodológico para el emprendimiento. Bogotá: Universidad EAN. Obtenido de <https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/10376>

Acosta, M. M., & Jiménez, M. E. (Junio de 2020). Modelo de gestión empresarial del Ecuador. Revista Científica Ciencias Economicas y empresariales, 5(19), 115-131. Obtenido de <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/218/362>

Acosta, V. M., Vega, B. A., González, M. L., & Carmenate, L. P. (Septiembre-diciembre de 2020). Tipos de innovación como estrategias de adaptación al dinamismo de los mercados. Revista Innova, 5(3), 1-21. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7878882>

Aguirre, J. C. (2018). Emprendimiento en América Latina. Espejismo o realidad. Revista Innova, 3(8), 110-125. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6777799>

Almonacid, M. A., & Huamani, Y. Y. (2022). El liderazgo empresarial y el emprendimiento en las asociaciones de artesanía en la Ciudad de Huancavelica año 2021. Huancavelica: Universidad Nacional de Huancavelica. Obtenido de <https://repositorio.unh.edu.pe/items/bbc17d05-374d-4cef-9aaf-64d6a92078ce/full>

Altamirano, L., & Santacruz, I. (Enero-junio de 2020). El emprendimiento como alternativa para el desarrollo económico. Revista Travesía Emprendedora, 4(1). Obtenido de <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/travesiaemprededora/article/view/2478>

Alvarado, L. F., & Tigre, J. K. (2022). Cómo es el análisis de riesgos de los emprendimientos desde la óptica contable. Revista E-DEA, 4(14), 1-15. Obtenido de <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/185/237>

Arias, F. J., Ribes, G., Arango, D., & Garcés, L. F. (2021). Factores sociodemográficos que inciden en el emprendimiento rural de jóvenes en Antioquia, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1218-1240. Obtenido de <https://riunet.upv.es/handle/10251/178875>

Arias, J. L. (Enero-Abril de 2021). Adaptabilidad a las tecnologías de la información comunicación y procrastinación laboral en colaboradores del sector público en Arequipa. *Revista Científica Uisrael*, 8(1). Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2631-27862021000300077

Armijos, J. X., Narvéez, C. I., Ormaza, J. E., & Erazo, J. C. (Marzo de 2020). Herramientas de gestión financiera para la Mipymes y organizaciones de la economía popular y solidaria. *Revista Dominio de las Ciencias*, 6(1), 466-497. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7351792>

Arteaga, K. P., Pereira, M. E., Toscano, A. E., Fuentes, D. D., & Melo, M. D. (Julio-septiembre de 2019). Políticas públicas para el fomento del emprendimiento: un análisis de las condiciones económicas del Municipio de Cotorra en el período 2008-2018. *Revista Perspectivas*, 1(15). Obtenido de <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/Pers/article/view/2064/1867>

Asencio, L. R., Villegas, M., Aviles, K. M., & Soledispa, D. E. (2020). Factores de gestión organizacional para emprendimientos comunitarios de exportación en la Comuna Sacachún-Santa Elena. VIII Congreso Virtual Internacional Transformación e Innovación en las Organizaciones. Obtenido de <https://www.eumed.net/actas/20/trans-organizaciones/13-factores-de-gestion-organizacional.pdf>

Ballesteros, L., Silva, F., Mena, D., & Angamarca, M. (9 de Septiembre de 2019). Estrategias de Marketing Digital en Empresas E-commerce: Un acercamiento a la

perspectiva del consumidor. Revista Digital Publisher(4).
Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7144035>

Banco de Desarrollo de América Latina. (2013).
Emprendimientos en América Latina. Obtenido de Desde
la subsistencia hacia la transformación productiva:
<https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2013/07/emprendimientos-en-america-latina/>

Baque, L. K., Viteri, D. A., Alvarez, L. K., & Izquierdo,
A. M. (Julio-Agosto de 2020). Plan de negocio para
emprendimientos de los actores y organizaciones de
economía popular y solidaria. Revista Universidad y
Sociedad, 12(4). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400120&script=sci_arttext&tlng=pt

Barrera, R. A., Barrientos, V., Santiago, J. d., & Canepa, A.
(Marzo-junio de 2019). Gestión de procesos de negocio.
Revista Inventio(32), 43-48. Obtenido de <http://riaa.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/20.500.12055/761/564-3308-3-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Barrientos, M. E., & Juárez, O. O. (2020). Las redes
sociales como estrategia del marketing digital. Trabajo
de investigación, Universidad Nacional de Piura, piura.
Obtenido de <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/2393/FCAD-BAR-JUA-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Barrios, K. d., Contreras, J. A., & Olivero, E. (Marzo
de 2019). La gestión por procesos en las Pymes de
Barranquilla: Factor Diferenciador de la Competitividad
Organizacional. Revista información tecnológica, 30(2).
Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000200103&script=sci_arttext

Benavides, J. F., Betancourt, D. F., & Villaquiran, D.
A. (Enero-junio de 2021). Emprendimiento, una nueva
oportunidad de vida. Revista Travesía Emprendedora, 5(1).

Obtenido de <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/travesiaemprendedora/article/view/2775>

Bernal, A. A. (2019). El precariado en el desarrollo de emprendimientos digitales y el fenómeno de las startups. Trabajo de grado, Bogotá. Obtenido de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/7894/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bernal, M. C., & Rodríguez, D. L. (Marzo de 2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Revista Scientia Et Technica*, 24(1), 85-96. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/849/84959429009/84959429009.pdf>

Borja, A. H., Carvajal, H. R., & Vite, H. A. (Julio de 2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24). Obtenido de <http://w.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>

Bravo, I. F., Bravi, M. X., Preciado, J. D., & Mendoza, M. (Enero-junio de 2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*(33). Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2477-90752021000200139&script=sci_arttext

Buenrostro, H. E., & Hernández, M. d. (Enero-junio de 2019). La incorporación de las TIC en las empresas. Factores de la brecha digital en las Mipymes de Aguascalientes. *Revista Economía: Teoría y práctica*(50). Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-33802019000100101

Canales, J. M., & Huahualuque, W. E. (2019). Gestión Administrativa y su influencia en el crecimiento empresarial de Llanmaxxis del Perú SAC. en el período 2017. Lima: Universidad Peruana de las Américas. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/663>

Cañar, J. N., & Hidalgo, A. A. (Marzo de 2021). Modelos de gestión empresarial centrados en la innovación como ventaja competitiva. Una mirada a las Pymes de Manta. *Revista Polo del Conocimiento*, 6(3), 2165-2189. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926827>

Cañarte, L. T., Marcillo, Y. L., Leones, J. N., & Márquez, A. L. (Octubre-diciembre de 2020). El emprendimiento como estrategia o necesidad en el desarrollo productivo de Ecuador. *Revista Científica Ciencias Económicas y Empresariales*, 5(4), 72-90. Obtenido de <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/297/523>

Cárdenas, N., Bernal, F., & Ducuara, A. (2020). Simulación para la evaluación de riesgo financiero en proyectos de inversión para Mipynes en Colombia. *Revista Aglala*, 11(2), 25-38. Obtenido de <https://revistas.curn.edu.co/index.php/aglala/article/view/1692>

Caro, E., González, G., Rosabal, A., & Barrera, K. (Septiembre de 2019). ¿Cuentapropismo o emprendimiento? Una aproximación desde el contexto cubano. *Revista Confin Habana*, 13(2). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2073-60612019000200003&script=sci_arttext&lng=pt

Carvache, O., Carvache, M., Gutiérrez, G., & Carvache, W. (2022). Incidencia de la tecnología y gestión en la innovación de las pymes exportadoras ecuatorianas. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII(2). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28070565017/28070565017.pdf>

Castillo, L. F. (Marzo de 2023). El análisis FODA. Obtenido de <http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/4065>

Cedeño, F., & Pérez, C. J. (Abril de 2021). Modelo de gestión administrativa para proponer procesos de industrialización del cacao. *Revista Ciencia & Tecnología*(30). Obtenido de <https://www.uteg.edu.ec/wp->

content/uploads/2022/10/05_art.2021.pdf

Chafra, G. P. (2022). Rediseño del modelo de negocio para microempresas en el contexto del Covid-19. Trabajo de titulación, Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/65425/1/BINGQ-ISCE-22P77.pdf>

Cheves, D. S. (2022). Implementación de un modelo de gestión para el emprendimiento de una granja porcícola. Babahoyo: Universidad Técnica de Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/13254>

Choque, B. M., Villalobos, M. A., & Herrera, R. A. (Agosto de 2020). Desarrollo de un software web para la gestión de planes de negocios. *Revista información tecnológica*, 31(4). Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000400045&script=sci_arttext&tlng=pt

Córdova, A. M., Taopanta, G. M., & Rojas, L. G. (Enero-marzo de 2019). Tecnologías de información y comunicación (TICS) aplicadas a las organizaciones empresariales. *Revista Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/ce/2019/1/tics-organizaciones-empresariales.html>

Coronel, A., & Ortega, M. (2019). Perspectivas del emprendimiento en el Ecuador, sus dificultades y la informalidad. *Yachana Revista Científica*, 8(3), 34-40. Obtenido de <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/download/606/374?inline=1>

Cristancho, G. J., Ninco, F. A., Cancino, Y. A., Alfonso, L. C., & Ochoa, P. E. (29 de Enero de 2021). Aspectos claves del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. *Revista Suma de Negocios*, 12(26). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-910X2021000100041

De Joan, J. (2019). *Cómo crear un Plan de Negocios útil y creíble*. (P. López, & V. Angulo, Edits.) Obtenido de <https://books.google>.

