

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS  
DE DESARROLLO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO**  
Caso de estudio: parroquia Virgen de Fátima - Ecuador  
1<sup>RA</sup> EDICIÓN

## **CAPÍTULO IV**

PLAN DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL PARA FUTUROS  
MICROEMPREENDEDORES, ADAPTADA A UNA MODALIDAD  
VIRTUAL POR EL COVID 19



**AUTOR**

Ing. Guillermo Isaac Castillo Tumaille

EDICIONES **MAWIL**

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

*Este capítulo se centra en la necesidad de aportar conocimientos administrativos necesarios para iniciar un negocio, fundamentados en pilares estratégicos que permitan la supervivencia y rentabilidad de los nuevos microemprendimientos. A través de este capítulo se pretende otorgar capacitaciones basadas en información actual y relevante; y se enfocan específicamente en los futuros emprendedores de la parroquia rural Virgen de Fátima. En jóvenes y adultos que buscan a través del emprendimiento lograr su independencia y estabilidad económica.*

### 1.1. Antecedentes

Actualmente, millones de personas a nivel mundial buscan la manera de sobrevivir. Lo cual ha sido el detonante para el surgimiento de nuevos emprendimientos cada vez más novedosos. En realidad, muchos emprendedores inician sin tener conocimientos administrativos del campo al que incursionarán. La administración empírica puede funcionar, pero no a largo plazo, el crecimiento demanda más conocimiento. La carencia de una correcta gestión empresarial impactará en gran medida en la consecución de objetivos. Factor evidenciado dentro del 80% de las pymes que han fracasado en menos de tres años (Reyes, 2020).

La escuadra empresarial global ha rotado positivamente, esto en razón de la insuficiencia del saber empírico. La articulación de conocimientos subyuga a los negocios a posibles riesgos causados por el piloto económico a enfrentar. Las capacitaciones en fuerzas con influencias políticas y económicas a nivel global han invertido en doctrinas como preeminencia a la competitividad. Actualmente se evidencian sociedades del tercer mundo con poca preparación para las afectaciones propias o del exterior, muestra de ello es América del Sur. El trance económico que traspasan las comunidades del Sur, por el incremento de contagios del coronavirus repercute en su pobreza (Almodóvar, 2016). Latinoamérica en el contexto internacional es una región poco atractiva en cuanto a su economía, esto como consecuencia de su inesta-

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

bilidad. El panorama del cono sur es embarazoso, ya que muestra la creación de negocios por aspectos negativos. Sumado a que los entes gubernamentales operan de forma incorrecta en cuanto a la asesoría empresarial, forjando la reticencia en el sector público. Los estados latinoamericanos manejan políticas obsoletas como la adhesión de subsidios sin enfoque pertinente, produciendo la desvinculación de zonas periféricas, lo que conlleva a mayor pobreza y a su vez a la pérdida de la responsabilidad social. La culpa es compartida, ya que recae tanto en las autoridades como en aquellos ciudadanos que continúan apostando a modelos fracasados de la misma región (Acosta *et al.*, 2018).

El Ecuador, en el Cono Sur es uno de los pioneros en la innovación y creación de emprendimientos, como se socializa en el Global Entrepreneurship Monitor. En el 2019, la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) se hallaba en 36,2%. Sin embargo, esta fue afectada parcialmente por la pandemia de COVID-19, gracias al surgimiento de nuevos emprendimientos creados desde los hogares. Cabe destacar que el 70% de la producción empresarial se embotelló a consecuencia de la relegación social. Sin duda, lo que más preocupa a la población es el aumento del hambre y la delincuencia en el Ecuador por pérdida de plazas laborales. Hoy en día, es casi imposible retomar las actividades comerciales con normalidad, claro ejemplo de ello son los centros sociales nocturnos (Global Entrepreneurship Monitor, 2020).

Los emprendedores ecuatorianos confrontan gestiones vigentes que en ocasiones están ligadas a la burocracia en agencias gubernamentales. La Escuela de Negocios de la Espol (2020) manifestó que en el transcurso de este año a partir del mes de mayo hasta septiembre han restaurado alrededor de un 47,89% en sus pérdidas. A pesar de esto, los esfuerzos son insuficientes en relación con el escenario del 2019 puesto que los índices de rentabilidad en el 2020 están en descenso. Al contar con desventajas del medio, viéndose en la necesidad de tener que crear reingeniería en los modelos de negocios tanto existente como nacientes. Los esfuerzos a nivel gubernamental han sido poco

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

efectivos ya que en Ecuador es difícil afrontar la crisis debido a la disfuncionalidad de modelos económicos y especialmente por los casos de corrupción que lo embargan.

### 1.2 Esquematización del problema

Por consiguiente, como complementación para aclarar el enigma situacional de la parroquia rural Virgen de Fátima, se procedió a la realización de la esquematización por medio del *árbol del problema* micro dimensional de las causas y efectos correlativos al problema general del entorno popular del kilómetro 26. Éstas se hallan simplificadas en cinco causas con sus respectivas consecuencias, las cuales han ayudado a comprender la situación a enfrentar. Sin embargo, en este punto se darán breves rasgos de lo mencionado; el esquema está situado como primer apéndice. Más adelante se efectuará un detalle preciso de las mismas con sus pertinentes efectos (Bastidas y Santisteban, 2021).

Como primera causa se destaca la escasa productividad de emprendimientos sostenibles en la parroquia altamente correlacionada con la problemática presentada. El término de emprendimiento sostenible tiene una reciente aparición en el medio empresarial. Al pasar por alto su aplicación se produce la incubación de emprendimientos convencionales y poco adaptables a las crisis que se viven en la actualidad. La parroquia Virgen de Fátima es la comprobación de lo mencionado anteriormente dado que sus pobladores desconocen el funcionamiento empresarial, y, así pues, colocan negocios en déficit consumista. Mientras se continúe en el carecimiento de formación empresarial esta causa se expande, y afecta al bienestar económico del sector (Rodríguez, 2016).

Se fija como causante la deficiente aplicación del marketing digital en los negocios de la parroquia. La misma que tiene falta de competencias o capacidades digitales en relación con una metrópoli. En consecuencia, se desencadena la poca exteriorización de los negocios en

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

el sector rural debido a la desactualización existente. Sus habitantes presentan poca cultura tecnológica y falta de recursos económicos, sin embargo, de a poco se evidencia la ayuda en proyectos impulsados por la Prefectura del Guayas en el año 2020. A pesar de esto, es insuficiente cubrir en su totalidad la necesidad de la comunidad. Claro ejemplo de lo mencionado se observa en las estadísticas: un 95,39 % de personas no tiene acceso a internet (Gobierno Autónomo Descentralizado de Virgen de Fátima [GAD], 2015).

Entre la estancia direccionada a la problemática general está la falta de estipulación de las emociones cognitivas del emprendedor. El ingenio emocional ha sido parte de la generación emprendedora, ya que se acopla a la ciencia neuronal, la cual da paso a técnicas de reacción como el actuar ante el riesgo financiero u otros temores. La inteligencia en el contexto emocional es la consecuencia colectiva de fisonomías propias de una persona. Por ello, el descontrol de las mismas efectará el fracaso del modelo de negocio ya que es carente de la madurez emocional para solventar los problemas. Por tal razón la futura población emprendedora de Virgen de Fátima deberá enfocarse en la aplicación de neurofinanzas (Gonzaga, 2019).

La escasa influencia del contexto geográfico incide en el éxito del negocio. El emprendedor debe poder tomar decisiones en cuanto a la ampliación y aplicación de herramientas o estrategias tendientes a conocer la influencia del entorno macro y microeconómico. La falta de dominio del medio es contraproducente en cuanto al provecho de recursos que la parroquia posee, perdiendo así el enlace de demanda y oferta del target de dicha zona. Poniendo en riesgo la dinámica de economía por geografía, por este motivo se debe tener en constante observación al kilómetro 26, ya que los intervalos consumistas de una urbe son disfuncionales en regiones rurales. Por ejemplo, los moradores de ese sector prefieren trabajar en sus habilidades como manualidades (Valenzuela *et al.*, 2018).

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

Posteriormente, la última causa que se añade al problema es la desinformación de nuevos programas financieros para emprendimientos. Este último componente tiene un impacto negativo sustancial, debido a que ocasiona desmotivación y a su vez conlleva a la decisión de recurrir a la usura social. Es decir, la colectividad acude a los conocidos *chulqueros*, siendo esto un litigio comunal penado por la máxima jurisdicción. A su vez, que ocasiona el incremento del hampa, se ocasionan disturbios que ponen en riesgo vidas. Por lo tanto, las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Virgen de Fátima deberían buscar nuevos mercados atractivos de intermediación, con el fin de evitar el descontrol de la usura y el riesgo de crecimiento de mafias (Ministerio del Gobierno de Ecuador, 2020).

### 1.3. Teoría del capital humano

El primer planteamiento de la teoría es que los individuos costean su presente para el futuro, por lo cual invierten en educación. Por otra parte, la franja empresarial debe establecer dos guías, las cuales sirven al talento humano en su desempeño corporativo, estas son: (a) general y (b) específico. En el plano general la capacitación hace referencia a la obtención de múltiples aprendizajes. Produciendo un efecto de retroacción para varias empresas sin importar su estructura comercial. Por otro lado, el conocimiento específico centra el entrenamiento en un solo hecho, y la organización que solventa esa capacitación gozará del aprendizaje de su colaborador (Becker, 1962).

Asimismo, se reconforta como un compendio teórico de la inversión educativa que deben emplear sobre el capital humano. Por tal razón el rendimiento será fructífero dado que la fuerza física pasa al plano secundario. Hay momentos en que la empresa se embiste de problemas que requieren ser solucionados bajo la lupa del saber. Pese a ello, el establecimiento de esta teoría sigue enmarcando y midiendo a las empresas por sus ingresos anuales. Propuestas que apuesta por el desarrollo de las civilizaciones y por la formación en sus comunidades;

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

como en la actualidad manifiestan el código del buen vivir y ciertas organizaciones preocupadas por el bienestar común (Schultz, 1967).

También, desde inicios de la teoría se ubica al gremio empresarial como categórico. Es decir, se considera que mientras más instrucción se haya recibido, mejor serán los resultados en materia de beneficios monetarios. Llevado a la práctica, existen regiones con agudos índices de divergencia socioeconómica en donde plantean la disrupción del poder sobre los más ignorantes. Por tal razón, los gobiernos y organizaciones mundiales validan a la educación como abolición a grados desigualitarios. Debiendo constar la formación con las mismas similitudes de personas con poder adquisitivo, para evitar el papel de socialización ineficiente (Bowles y Gintis, 1976).

La renovación del contexto del capital humano en el siglo XXI, se caracteriza por la interacción y regeneración de la economía industrializada con la parte humana. Los cambios son visibles como sueldos más justos, horarios más flexibles y diferentes derechos que antes eran irrelevantes. Pero para dar ese paso, los empresarios debieron trabajar con objetividad en nuevos escenarios, concluyendo que el trabajador es parte del conjunto universal de los agentes que incentivan el crecimiento económico. Sin embargo, varias empresas encasillan a la renta como lo más importante de la estructura organizacional. Por tal motivo se espera el aceleramiento disruptivo de dichas doctrinas desligadas de la globalización humanizada (Acevedo, 2018).

El aporte principal de la teoría del capital humano al proyecto es concesionar relaciones y parámetros del trabajo óptimo en la parroquia. Por tal razón las empresas cuidan su filosofía corporativa, y actúan con base en innovaciones empresariales como protección a sus trabajadores. Un ejemplo exitoso de esta teoría a nivel internacional es la empleada por la multinacional Nestlé. En Ecuador, preparan programas para jóvenes que ayuden a encontrar su verdadera vocación. Asimismo, con este plan de capacitación se espera fortalecer al talento

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

humano que será el generador de emprendimientos en Virgen de Fátima para que se desarrollen en áreas que ellos sientan mayor afinidad (Peña *et al.*, 2016).

### 1.4. Teoría de la capacitación

El término de capacitación en sí ha ido evolucionando a través de la historia desde sus inicios. Ya sea por el medio en el que ésta se desarrolle o la manera en la que se procure dictar. Cotidianamente el modelo que suelen seguir los planes de capacitación se basa en la repetición de prácticas educativas. Centrando su propósito en la generación y compartición de conocimientos de diversa índole. Que a su vez promuevan a la resolución de problemáticas y cuestionen la manera en la que se logren resolver. El uso de la capacitación en las empresas suele verse reflejado como una herramienta de integración de nuevos comportamientos y cambios de costumbres o hábitos (Gore, 2001).

Las capacitaciones empresariales suelen ser las estrategias para el logro de metas u objetivos establecidos. Sin embargo, para conseguirlo es necesario preparar previamente el modelo de capacitación y la información que ésta abarcará. Posteriormente se podrá proceder con la realización de ésta ya sea con o sin la utilización de las TIC. Esto no termina aquí, y es que para asegurar resultados concretos y reales se deberá hacer una medición de éstos. Adicionalmente, se requiere contar con el equipo pedagógico suficiente que posea las competencias y capacidades académicas requeridas. De esta manera, el participante podrá traer a la realidad la teoría y práctica enseñada y direccionarla en función de sus necesidades (Castañeda *et al.*, 2016).

Maguiña (2016) detalló como ventaja competitiva la distribución de saberes al talento humano a través de capacitaciones, mismas que ayudan a la supervivencia, y al desarrollo de las empresas. El mundo entero evoluciona día tras día razón por lo cual amerita el aprendizaje constante. Más aun cuando no se tiene ninguna base de conocimiento

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

y se anhela incursionar en nuevos ámbitos. Por otra parte, es preciso mencionar la diferenciación de los términos de asesoría y consultoría. Asesoría básicamente constituye la resolución de problemáticas puntuales de ciertos procedimientos. Mientras que consultoría se amplía más a la identificación de problemas y sus respectivas soluciones (Maguiña, 2016).

### 1.5. Teoría de inteligencia emocional

La teoría de la inteligencia emocional, denominada también por sus siglas IE tuvo sus inicios en los años 90. Desde ese entonces han surgido importantes definiciones realizadas por grandes autores como Peter Salovey y John Mayer. Quienes muestran a la IE como “una forma de inteligencia social que envuelve la habilidad de monitorear las emociones y sentimientos propios y ajenos, discriminar entre ellos y utilizar esta información para guiar el pensamiento y las acciones o conducta propias” (Salovey y Mayer, 1990, p. 189). Es así que en sus libros expresan la importancia de la inteligencia emocional para el desarrollo de las capacidades en todos los ámbitos en los que se desenvuelva el ser humano. Detonante que según ciertas teorías puede ser el causal del éxito o el fracaso según el uso dado por la persona.

Así también, se “distinguen dos constructos diferentes de la IE: por un lado, la IE como rasgo de personalidad, y por otro, la IE como capacidad” (Petrides y Furnham 2000, 2001 citado por Cejudo *et al.*, 2016a, p. 52). Lo cual conlleva a mencionar lo escrito por Duque *et al.* (2017) la IE como capacidad que ayuda al ser humano a manejar de tal manera sus sentimientos y emociones a fin de evitar que se vea afectado su desempeño laboral o personal. Por otro lado, “la IE como rasgo se referiría a una constelación de disposiciones comportamentales y autopercepciones concernientes a las capacidades propias para reconocer, procesar y utilizar las informaciones con carga emocional” (Petrides et al., 2004 citado por Cejudo et al., 2016b, p. 52). Una mente ocupada genera nuevas ideas, que llevadas a la acción abre paso a la productividad eficiente.

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

Según Fragoso (2015a) el modelo de Goleman describe la IE como la respuesta a problemáticas internas: el desánimo, la insatisfacción, la falta de motivación, la ausencia de control emocional, la indecisión, el temor al fracaso, etc. De ahí la importancia de incitar a las personas a desarrollar la confianza en sí mismas y trabajar en su yo interior. Muchos profesionales no logran desempeñarse adecuadamente en el ámbito laboral por no haber trabajado desde un principio en su IE. Un nivel alto de coeficiente intelectual no basta, el desempeño laboral puede verse afectado por incidentes tan pequeños como la falta de autoconocimiento, las relaciones interpersonales, la conciencia social y el autocontrol (Mayer y Salovey, 1997 citado por Fragoso, 2015b). Esto no amerita de tanta preparación, basta realizarse un autoanálisis y combatir esas aflicciones que pesan a la hora de avanzar.

Por su parte Acevedo y Murcia (2017) indicaron que la personalidad del individuo es variable, es decir, cambia a través del tiempo debido a factores presentes en la sociedad que lo rodea. Las emociones son el motor que mueve a la realización de acciones, lo que acarrea muchas veces problemáticas causadas por el impulso sin previo análisis de resultados futuros. Medir el posible impacto de una decisión a tomar antes de ejecutarla como tal, puede marcar un hito importante en el presente al igual que en el futuro. El estado de bienestar físico y mental no solo consigo mismo sino con los demás se podrá definir a través de estrategias emocionales, que permitan obtener más sentimientos positivos que negativos (Cejudo *et al.*, 2016c). De esta manera, se puede evitar incurrir en problemas de toda índole, mantener buenas relaciones interpersonales y emanar un ambiente de confort para consigo y con los demás.

### 1.6 Teoría del ciclo de vida financiera

La teoría del ciclo de vida financiera se sintetiza como la necesidad de retroacción financiera gracias a la productividad empresarial. Comúnmente, toda estructura organizacional al experimentar crecimiento es-

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

tará sustento a acudir a medios de intermediación financiera. Aunque está presente el punto de inflexión como los haberes a corto plazo los cuales repercuten en los ingresos monetarios. Los financieros pueden tomar como alternativa viable el involucrarse en el mercado de valores, en caso, de tener recelo con la banca. Sin embargo, es un inconveniente el contraer costos de agencia por el declive en relaciones con partes asociadas (Berger y Udell, 1998).

Un elemento intrínseco en la teoría del ciclo de vida financiera es la asimetría informativa. Es un efecto correlacionado al tiempo del desempeño económico ya que se desarrolla un sesgo negativo al inicio de la constitución empresarial. La asimetría de información se complementa con los costes de agencia, por esta razón el mantenimiento de la filosofía corporativa. Es sustancial que su composición interna mantenga buenas relaciones con medios de financiación ya que se necesita del medio externo para el continuo desempeño. Para ello, se deben manejar políticas que permitan la perspicacia empresarial y que sean relativamente amigables con sus *stakeholders*, a pesar de que, posean un grado bajo en influencia (Vidal y Martín, 2008).

Otra particularidad de la teoría en cuestión son sus cuatro trayectorias dependientes al capital, estas son: (a) formación, (b) crecimiento, (c) resguardo, y (d) traspaso. La estructuración de capital se fomenta con el ahorro y se construye en el largo plazo. Por otra parte, el crecimiento patrimonial es la efectividad de multiplicar esos beneficios, es decir la tasa interna de retorno *TIR*. El resguardo del capital, son las medidas preventivas que toman para evitar cualquier emboscada que resulte en la pérdida económica. Por último, el traspaso patrimonial para que nuevas generaciones repitan las fases, pero con el objetivo de generar mayores rangos de riqueza (Tobón, 2014).

En Virgen de Fátima cuentan con limitantes en poder adquisitivo lo que los lleva a querer acceder un crédito. La aplicación teórica es un referente en toda estructuración económica, sin importar su dimensión. Adicionalmente, en todo negocio que incursionen los futuros em-

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

prendedores de la parroquia estará sujetos a la información asimétrica puestos que son nuevos en el medio. De igual forma a la convivencia de las cuatro etapas dependiendo de la habilidad empresarial que desarrollen en el transcurso de su actividad empresarial. La relevancia de esta teoría en la formación en negocios es que, al crear un emprendimiento se debe conocer acerca de finanzas (Bastidas S., Santisteban D., 2021).

### 1.7. Emprendedor social

Los emprendedores sociales no son los típicos microempresarios que buscan únicamente lucrarse de cierta actividad económica. A diferencia de éstos, nace en ellos el deseo de aportar proyectos innovadores que satisfagan las necesidades de cada individuo que conforma su comunidad. Bucardo *et al.* (2015) expresaron que el emprendedor social posee características enmarcadas como la creación de ideas innovadoras, razonamiento eficaz, obtiene provecho de las oportunidades de su entorno, toma riesgos, es talentoso, hábil y apasionado. Son líderes que aportan a través de sus propuestas ingeniosas resultados favorables a problemáticas comunales. Enfatizando que estos pueden no verse relacionados en el establecimiento o la administración de un negocio para lograrlo (Bucardo *et al.*, 2015).

### 1.8. Modelo de crecimiento endógeno

Según Castillo *et al.* (2020) los factores influyentes en el modelo de crecimiento endógeno o económico parten del capital físico, humano y de los conocimientos constantes. Por lo cual, el acopio de estos factores determina la generación de una alta tasa de ingresos a largo plazo. Viéndose involucrada además la iniciativa de invertir a través del ahorro con la generación de expectativas de beneficios económicos. De esta manera, se logra abrir paso a la generación de negocios que no requieren un capital prestado con altas tasas de interés. Es así que, el estudio de los factores endógenos muestra de manera realista como

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

se logra el crecimiento y desarrollo de un territorio globalizado (Mattos, 1999).

La globalización no se detiene y es así como ha llegado a generar impactos negativos y positivos diferentes en cada país. Lo cual conlleva a la adaptación al medio, ejercido por la adecuación de las variables endógenas involucradas en el desarrollo económico. Por su parte Vázquez (2018) mencionó que la sinergia con la que actúan dichas variables es sin duda alguna lo que condiciona la capacidad del aumento de capital productivo. Además, fortalecer la actividad empresarial local no solo permitirá hacer frente a las demandas globales, sino también, beneficiará al progreso sostenible de la económica territorial. Sacar provecho de los recursos que poseen los habitantes de la parroquia Virgen de Fátima, permitirá tener una población económicamente activa capaz de hacer frente a las amenazas externas.

El modelo endógeno se lo puede derivar en dos partes, una que conlleva la teoría y la otra que involucra la práctica. En efecto, “La teoría que explica cómo se dan los procesos de desarrollo en las comunidades locales, y la práctica a través de las políticas de desarrollo en función a los mecanismos de desarrollo” (Quispe, 2016, p. 110). Por otro lado, se puede estudiar este modelo desde visiones distintas como la evolutiva, la productiva, la cultural, etc. La visión evolutiva lo describe como el desarrollo sostenible del acaparamiento del capital. La productiva involucra la operatividad de los procesos de producción propios de la región, explotando así sus recursos al máximo para la obtención de beneficios. Finalmente, en la cultural el elemento de asociación es el ser humano ya que es el medio ejecutor de la generación de capital gracias al desarrollo de sus destrezas (Quispe, 2016).

### 1.9 Resultado de la investigación

Como se determinó en el enfoque cuantitativo el proyecto se desarrollará por medio de encuestas. Siendo ésta, la forma de examinación

## **FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO**

de ideas de los posibles demandantes, al resumirse los menesteres de los encuestados. Mediante el compendio de datos obtenidos de la muestra se podrá tener una clarificación y tomar decisiones para el curso del proyecto. Este instrumento de investigación es una fuente con porcentajes altos de exactitud, sin embargo, por inconsistencias pueden arrojar resultados erróneos. Además, por ineficacia del consultor al efectuar el cuestionario también puede aumentar la versatilidad de las encuestas (Torres *et al.*, 2019).

La medición aplicada al instrumento de recolección de datos empleado será la popular escala de Likert. Cabe recalcar que este estudio psicométrico es un apelativo propio de su autor desde hace más de 89 años. Esta metodología permite demostrar la afinidad o disimilitud del encuestado con la propuesta, o dar un criterio por cierto conocimiento específico de algún tema abordado. La composición estructural de este tipo de preguntas radica en una escala de cinco criterios. Calificación que va desde la aprobación total, hasta el disgusto total de la interrogante (Matas, 2018). Siendo partícipes de dicho sondeo los moradores económicamente activos de la parroquia Virgen de Fátima.

Así también, para contar con mejor compendio se hará uso de preguntas de selección múltiple con respuestas simples. Este modelo de interrogaciones es necesario para conocer con mayor certeza los gustos o pensamientos del encuestado. Por lo cual, se solicita una sola respuesta de gran impacto que influya en los resultados. Sin embargo, puede darse el caso de aplicar la estandarización al integrar entre las opciones la palabra otra. Esta variación interrogativa otorga efectos desventajosos, al ampliar las opciones, generando complicaciones en comparación de resultados y en tabulación al tener un curso inconsistente en respuestas (Pérez y Hernández, 2017).

### **1.10 Análisis de la encuesta**

Se contó con una muestra de 368 personas para la realización de las encuestas, mismas que se efectuaron a través de la aplicación What-

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

sApp. Posteriormente, este análisis se requirió para medición de información básica de la PEA. Es así que, la mayoría la conforma el sexo masculino con un 56,8% mientras que el sexo femenino abarcó un 43,2% con esto se comprueba lo determinado en el marco contextual de mayor número de habitantes de género masculino. En cuanto al rango de edad se sitúa un mayor porcentaje entre 27 y 37 años, seguido por el rango de 18 a 26 años con un 29,3% y en menor grado con un 1,4% personas con 58 años o más (Bastidas y Santisteban, 2021).

Este informe estadístico resalta las posturas más relevantes que guardan estrecha relación con el proyecto. Con la información obtenida se evidenció que el desempleo bordea el 30%, por lo cual si necesitasen de otras fuentes laborales. La falta de trabajo crea incertidumbre en esta región, por tal motivo es viable la generación de negocios propios. A pesar de ello, sus administrativos locales carecen de medios para ayudar a sus habitantes. Por ello es necesario recurrir a la ayuda del exterior para optimizar el condicionamiento económico en la parroquia (Bastidas y Santisteban, 2021).

La repercusión del emprendimiento en la parroquia está reflejada en un 89,4% que tiene entre sus planes idear un negocio e incluso sustenta que personas con empleo necesitan de otra fuente monetaria. Pese a que este indicador es sobresaliente también existen restricciones por las cuales los habitantes no emprenden. En mayor magnitud se resalta la falta de patrimonio con un 53%, pero se lo encaja a la asimetría en información de programas financieros. En este caso, la inteligencia emocional sirve para contrarrestar el temor existente por factores intra-personales y externos, sobre todo, previos y pos a la pandemia (Bastidas y Santisteban, 2021).

Por consiguiente, la proporcionalidad inversa del financiamiento y emprendimiento, establecen que el 42,9% de los parroquianos están indecisos en acceder a un crédito bancario para crear un negocio. El trasfondo principal radica en las altas tasas de interés que presentan

## **FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO**

los entes financieros. Reflejo de ello es el 34% de los encuestados que concuerdan con la idea, este porcentaje está enlazado indirectamente a uno de los efectos del problema general. Es propicio mencionar que la enmarcación de tasas es relativa a la circunstancia macroeconómica. Aunque a raíz del coronavirus en Ecuador existen nuevas reformas legislativas en asignación y cobro de valores (Bastidas y Santisteban, 2021).

Por otra parte, al estudiar el conocimiento empresarial en la parroquia Virgen de Fátima, cerca del 63,6 %, consideran que sus saberes son bajos en el campo administrativo. Con este porcentaje se da cabida a la necesidad de diseñar un plan de capacitación empresarial. De igual forma este planteamiento se lo considera excelente al hacerlo virtualmente, resumido en una aceptación del 95,1%. Estos porcentajes son otro indicio del avance que desea la colectividad para afrontar los retos futuros de la sociedad. También, este valor estadístico es sinónimo de la carente formación educativa a la cual se hallan expuestos los habitantes (Bastidas y Santisteban, 2021).

Por último, al categorizar la capacitación por índices de preferencias en emprendimiento, los habitantes se apegan hacia áreas de comercio, en un 61,1%, deseando incurrir en negocios de este tipo. Mientras que disminuye la fuerza productiva del sector, la agricultura pasa a segundo plano con un 14,1%. En la pregunta de invitación al encuestado a recomendar la propuesta planteada cerca del 98,1% está dispuesto a sugerirla siempre y cuando cumpla con sus expectativas. Por ello, al analizar todo lo expuesto, se concreta la idea de presentar un plan de capacitación virtual empresarial para futuros emprendedores de la parroquia rural Virgen de Fátima. El fragmento metodológico fue realizado con la finalidad de disertar los puntos de inflexión que sintetizó la muestra en las encuestas. (Bastidas y Santisteban, 2021).

### 1.11. Plan de capacitación para futuros emprendedores en zona rural

Por medio del instrumento de investigación (encuesta) se constata la aceptación de un plan de capacitación empresarial para futuros emprendedores de la parroquia rural Virgen de Fátima. Con esta propuesta se espera ayudar a los parroquianos a desenvolverse íntegramente en los nuevos desafíos latentes en el área empresarial. Por tal razón, se adjudicará una propuesta virtual, al hacer uso de videos pregrabados y videollamadas como espacio de preguntas y respuestas. Las presentaciones multimedia serán cápsulas de información enviadas vía WhatsApp. Estos capítulos informativos estarán subdivididos en temas superficiales de suma relevancia para inicio o mejoramiento del negocio (Bastidas y Santisteban, 2021).

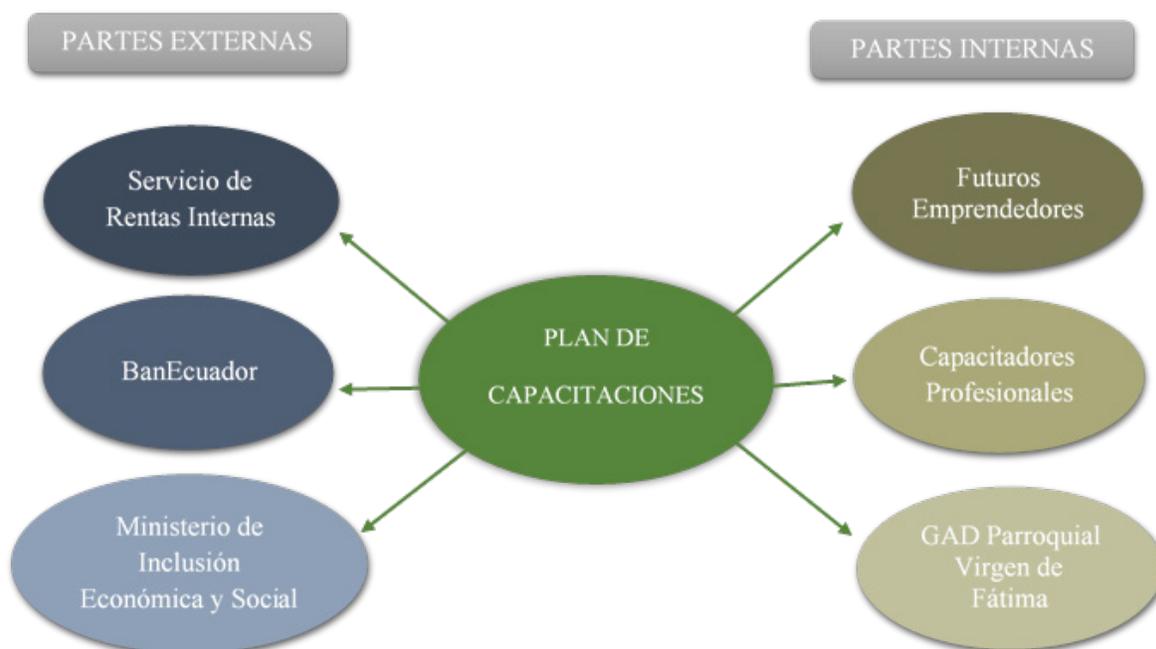
Se conformará un grupo en la aplicación de WhatsApp con la administración local y los habitantes que deseen ser partícipes. Las inscripciones serán en el GAD de la parroquia, y en relación con el número de personas inscritas se procederá a dividir en grupos de WhatsApp. Por otra parte, los videos serán enviados a la presidenta del GAD todos los lunes para que sean suministrados a los participantes. Las cápsulas multimedia durarán como máximo 30 minutos, evitándole fatiga al receptor, por ello, se enviará únicamente un total de diez videos pregrabados. La metodología por plasmar en las cápsulas informativas serán teóricas-prácticas, para mayor efectividad instructiva. De igual forma la capacitación será calificada al finalizar cada contenido multimedia (Bastidas y Santisteban, 2021).

Los capacitadores serán los estudiantes egresados de la carrera de Gestión Empresarial y afines a las disciplinas administrativas de la Universidad de Guayaquil. Por otro lado, el espacio para preguntas será en un tiempo mayor a dos horas, ya que este solo servirá como refuerzo informativo. Por lo cual, habrá un total de dos videollamadas (dos horas cada una) para cada grupo en todo el plan de capacitación. La

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

sección se efectuará en horarios y fechas previamente establecidos con el GAD al momento de la inscripción. Se plantea la idea de que puedan realizarse los fines de semana para evitar la interrupción de las actividades diarias de los asistentes, y pueda haber un buen número de participantes (Bastidas y Santisteban, 2021).

**Figura 1.** Partes interesadas del plan de capacitaciones



**Nota:** Clasificación de *stakeholders* del plan de capacitación empresarial para futuros emprendedores de Virgen de Fátima.

Elaborado por: Sarah Bastidas y Danna Santisteban.

### 1.11.1. Partes internas

Futuros emprendedores: grupo de personas económicamente activas mayores de 18 años, que tienen el deseo de iniciar su propio negocio. Con conocimientos escasos sobre la administración de éstos, pero con el anhelo de autoaprender a través de videos formativos. Los cuales tendrán la posibilidad de ser partícipes del plan de capacitación propuesto, que les brindará la oportunidad de alcanzar sus objetivos y crear emprendimientos sostenibles, rentables y exitosos (Bastidas y Santisteban, 2021).

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

Capacitadores profesionales: egresados de la carrera en Gestión Empresarial o afines, profesionales en la materia, con conocimientos teóricos y prácticos ganados a través de la experiencia laboral o personal. Los cuáles serán los encargados de impartir la capacitación virtual con la información crucial para la administración y desarrollo de los negocios próximos a iniciar en Virgen de Fátima (Bastidas y Santisteban, 2021).

GAD Parroquial de Virgen de Fátima: institución de carácter pública que ayudará a la difusión de los videos formativos entre la población interesada en recibir la capacitación empresarial. Además, será un factor clave en la organización de cronogramas de ejecución de actividades adicionales, como lo son el foro de preguntas y respuestas, a fin de que se lleve a cabo de la manera prevista (Bastidas y Santisteban, 2021).

### 1.11.2. Partes externas

Servicio de Rentas Internas (SRI): ente regulador y recaudador que canaliza los impuestos en el Ecuador. Requisito indispensable a la hora de iniciar un negocio es la obtención del registro único del contribuyente (RUC) o del régimen impositivo simplificado (RISE) mismos que se obtienen en dicha institución. La declaración y el pago de las obligaciones tributarias a tiempo por parte de los contribuyentes es necesario para no incurrir en multas o clausuras (Bastidas y Santisteban, 2021).

BanEcuador: entidad financiera de carácter pública, que promueve el desarrollo productivo de las pequeñas y medianas empresas. Enfocada primordialmente en los emprendedores agroindustriales y de sectores estratégicos de la región. Todo esto a través del otorgamiento de créditos con tasas moderadas y a favor del microempresario (Bastidas y Santisteban, 2021).

Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES): institución de carácter público que vela por el progreso de los grupos vulnerables y de los sectores con escasez de recursos económicos. Promueve la creación

## **FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO**

de emprendimientos a través de programas y del otorgamiento de créditos, como lo es el bono de desarrollo humano. Ayudando así, a que estos grupos salgan de la pobreza o en su defecto mejoren su calidad de vida (Bastidas y Santisteban, 2021).

En la matriz presentada se realizó la clasificación de las partes de interés en base a cuatro criterios. Quedando así, el SRI en el primer cuadrante con alto poder al ser un ente regulador y controlador, y con bajo interés al no ser beneficiario directo del plan propuesto. En el segundo cuadrante se tiene tanto con bajo poder e interés a entidades públicas como BanEcuador y el MIES, por no tener que monitorearlos con mucho esfuerzo. Ya que la decisión de la obtención de créditos y demás, quedará a decisión de cada futuro emprendedor. Para el tercer cuadrante, al tener que gestionarlos atentamente por la importancia de sus acciones sobre el proyecto, se incluye al GAD y a los capacitadores. Finalmente, los futuros emprendedores manejan un alto poder e interés sobre el plan de capacitaciones al ser el target del proyecto (Bastidas y Santisteban, 2021).

### **1.12 Contenido multimedia de capacitaciones**

A raíz de las respuestas obtenidas de los encuestados, se planteó que cada video no sobrepase los 30 minutos de reproducción. Esto con el fin de evitar la fatiga, el aburrimiento y el desinterés por el plan de capacitación. El contenido de la propuesta está resumido en diez videos relacionados a la creación de microemprendimientos. Adicional, al término del quinto y del último video se dará inicio al espacio de preguntas y respuestas a través de una videollamada grupal. Cabe mencionar que, el tiempo que emplee el participante en observar cada video recae sobre su responsabilidad. Sin embargo, se recomienda que se evite a la medida de los posible la acumulación de éstos.

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

**Figura 3.** Contenido del video No. 1

Video No.1 - Inteligencia Emocional Estimulación Motivacional		Días Empleados:	1
		Duración de Video:	30 min.
Objetivo del Módulo:	Incitar la motivación a través de la estimulación cognitiva, moderando las emociones inmersas al momento de la inicialización de un emprendimiento o de uno ya establecido.		
Recursos Necesarios	Metodología	Contenido Multimedia	Resultados Previstos
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Capacitador</li> <li>•Material didáctico como pizarra, marcadores, slides o enlaces</li> <li>•Editor</li> <li>•Material de grabación</li> </ul>	<p><b>Teórica-Práctica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Preparación de la información.</li> <li>•Grabación de video</li> <li>•Edición de video</li> <li>•Distribución de video a través del GAD parroquial, via WhatsApp.</li> </ul>	<p>Bienvenida - Explicación de plan de capacitaciones</p> <p><b><u>Introducción:</u></b> Conceptualización</p> <p><b><u>Desarrollo:</u></b> Influencia Aprendiendo a autoconocerse Trabajando en la autoestima Pasos para automotivarse Aptitudes y actitudes del emprendedor</p> <p><b><u>Conclusión:</u></b> Implementación de estrategias Aplicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora en el control de las emociones.</li> <li>• Evasión de decisiones y acciones impulsivas.</li> <li>• Desarrollo de aptitudes y actitudes como liderazgo, perseverancia, optimismo, establecimiento de metas, aplicación de virtudes, predisposición.</li> </ul>

**Nota:** Contenido de video No. 1 sobre la Inteligencia emocional y la estimulación motivacional.

**Elaborado por:** Sarah Bastidas y Danna Santisteban.

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

**Figura 4.** Contenido del video No.2

Video No.2 - Desarrollo de Destrezas y Habilidades		Días Empleados:	1
		Duración de Video:	25 min.
Objetivo del Módulo:	Analizar y desarrollar habilidades y destrezas propias de los participantes, direccionándolas hacia sus gustos y preferencias, con el fin de lograr emprendimientos innovadores, rentables y sostenibles.		
Recursos Necesarios	Metodología	Contenido Multimedia	Resultados Previstos
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Capacitador</li> <li>•Material didáctico como pizarra, marcadores, slides o enlaces</li> <li>•Editor</li> <li>•Material de grabación</li> </ul>	<b>Teórica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Preparación de la información.</li> <li>•Grabación de video</li> <li>•Edición de video</li> <li>•Distribución de video a través del GAD parroquial, vía WhatsApp.</li> </ul>	<b>Introducción:</b> Conceptualización <b>Desarrollo:</b> Autoanálisis Medios de utilización Pautas de implementación Match de gustos y preferencias con habilidades y destrezas <b>Conclusión:</b> Aplicación en el ámbito empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Aprovechamiento de habilidades y destrezas.</li> <li>•Aumento de la población productiva.</li> <li>•Crecimiento económico.</li> <li>•Satisfacción laboral</li> </ul>

**Nota:** Contenido de video No. 2 sobre el desarrollo de destrezas y habilidades.

**Elaborado por:** Sarah Bastidas y Danna Santisteban.

Con el propósito de preparar mentalmente al futuro emprendedor se da apertura al plan de capacitación. Iniciando así con la estimulación de la inteligencia emocional, abarcando puntos claves como la motivación y el desarrollo de habilidades y destrezas. De esta manera se pretende llegar al participante para que logre vencer el temor al fracaso y de inicio a su nuevo emprendimiento. A través de la teoría enseñada y la práctica dispuesta en los videos 1 y 2 el participante podrá estar listo para aventurarse. Dando cabida a la creación de negocios innovadores, y a la capacidad del emprendedor para hacer frente a los riesgos.

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

**Figura 5.** Contenido del video No. 3

Video No.3.-Pautas Principales para la Elaboración de Productos, y Realización de Servicios		Días Empleados:	1
		Duración de Video:	30 min.
Objetivo del Módulo:	Conocer las pautas principales a seguir al momento de la elaboración de productos o la realización de servicios a ofrecer al mercado.		
Recursos Necesarios	Metodología	Contenido Multimedia	Resultados Previstos
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Capacitador</li> <li>•Implementos para la elaboración de x, producto, pizarra, marcadores y slides.</li> <li>•Editor</li> <li>•Material de grabación</li> </ul>	<b>Teórica-Práctica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Preparación de la información.</li> <li>•Grabación de video</li> <li>•Edición de video</li> <li>•Distribución de video a través del GAD parroquial, via WhatsApp.</li> </ul>	<b>Introducción:</b> Elaboración de productos bajo normativa vigente. Pautas para brindar servicios. <b>Desarrollo:</b> Proceso Tips y estrategias Comportamiento ante el consumidor. <b>Conclusión:</b> Aplicación según el ámbito Ejemplos	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Obtención de productos con la mínima utilización de recursos, y bajos los estándares de seguridad, calidad, y sanitarios.</li> <li>•Brindar servicios óptimos, de calidad, oportunos, que satisfagan la necesidad del cliente.</li> </ul>

**Nota:** Contenido de video No. 3. Pautas principales para la realización de productos y servicios.

**Elaborado por:** Sarah Bastidas y Danna Santisteban.

**Figura 6.** Contenido del video No. 4

Video No.4 - Establecimiento de Costo y Precio de Venta Contabilidad Básica para Personas Naturales		Días Empleados:	1
		Duración de Video:	30 min.
Objetivo del Módulo:	Obtención de precio de venta a través de costos requeridos en la elaboración de productos, y la prestación de servicios, demostración a breve rasgos sobre la correcta administración de los recursos económicos de un negocio.		
Recursos Necesarios	Metodología	Contenido Multimedia	Resultados Previstos
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Capacitador</li> <li>•Material didáctico como slides y hoja de cálculo de Excel, pizarra y marcadores.</li> <li>•Editor</li> <li>•Material de grabación</li> </ul>	<b>Teórica-Práctica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Preparación de la información.</li> <li>•Grabación de video</li> <li>•Edición de video</li> <li>•Distribución de video a través del GAD parroquial, via WhatsApp.</li> </ul>	<b>Introducción:</b> Conceptualización Estructura <b>Desarrollo:</b> Métodos Cálculos contables Punto de equilibrio <b>Conclusión:</b> Ejercicios prácticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Correcta administración de ingresos y egresos.</li> <li>•Precio de venta justo y accesible, que permita la maximización de recursos económicos.</li> <li>•Obtención de punto de equilibrio que evite el riesgo al fracaso.</li> </ul>

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

**Nota:** Contenido de video No. 4 sobre el establecimiento de costo y precio de venta, además de la guía sobre contabilidad básica para personas naturales.

**Elaborado por:** Sarah Bastidas y Danna Santisteban.

En el contenido de los videos 3 y 4 se concibe la idea de responder a la incógnita sobre cómo dar marcha a la gestión inicial de un negocio. Llegando así a inducir la forma de realizar cálculos sencillos y básicos para cualquier negocio. Como la consecución precisa del precio de venta y los elementos que involucra la obtención de este. Una correcta distribución y utilización de recursos permitirá el retorno de la inversión en menor tiempo. A su vez, con las estrategias proporcionadas se logrará ofrecer bienes o servicios bajo los estándares y normativas vigentes (Bastidas y Santisteban, 2021).

**Figura 7.** Contenido del video No. 5

Video No.5 - Diseño de Marca y Producto		Días Empleados:	1
		Duración de Video:	25 min.
Objetivo del Módulo:	Aprender a diseñar a través de herramientas web gratuitas como Easeli.ly y Canvas, la marca y el logo del negocio, así como el empaque y presentación del producto a ofrecer.		
Recursos Necesarios	Metodología	Contenido Multimedia	Resultados Previstos
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Capacitador</li> <li>•Material didáctico como slides, app gratuita de diseño, pizarra y marcadores.</li> <li>•Editor</li> <li>•Material de grabación</li> </ul>	<b>Teórica-Práctica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Preparación de la información.</li> <li>•Grabación de video</li> <li>•Edición de video</li> <li>•Distribución de video a través del GAD parroquial, via WhatsApp.</li> </ul>	<b>Introducción:</b> Importancia de la creación de la marca y la presentación de un producto o servicio. <b>Desarrollo:</b> Significado de colores según la actividad económica. Estrategias de diseño <b>Conclusión:</b> Demostración de uso de aplicaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Creación de marca y producto llamativo para el consumidor, que logre la acogida del mercado a gran escala y en poco tiempo.</li> <li>•Plus diferenciador de la competencia.</li> </ul>

**Nota:** Contenido de video No. 5 sobre el diseño de la marca y el producto a ofertar.

**Elaborado por:** Sarah Bastidas y Danna Santisteban.

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

**Figura 8.** Contenido del video No. 6

Video No.6 - Publicidad para Redes Sociales		Días Empleados:	1
		Duración de Video:	25 min.
Objetivo del Módulo:	Dar a conocer las maneras más utilizadas y sencillas de crear contenido publicitario sobre lo que se busca ofertar al mercado a través de las redes sociales.		
Recursos Necesarios	Metodología	Contenido Multimedia	Resultados Previstos
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Capacitador</li> <li>•Material didáctico pizarra, marcadores, y slides o enlaces</li> <li>•Dispositivo inteligente con conexión a internet</li> <li>•Editor</li> <li>•Material de grabación</li> </ul>	<b>Teórica y Práctica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Preparación de la información.</li> <li>•Grabación de video</li> <li>•Edición de video</li> <li>•Distribución de video a través del GAD parroquial, via WhatsApp.</li> </ul>	<b>Introducción:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Conceptualización de las redes sociales más frecuentadas.</li> <li>•Comportamiento del consumidor</li> </ul> <b>Desarrollo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Pasos para crear una página de Instagram y Facebook</li> </ul> <b>Conclusión:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Tips para el contenido y promoción de la página.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Creación de su propia red social empresarial.</li> <li>•Aumento de ventas futuras</li> <li>•Atracción del consumidor</li> </ul>

**Nota:** Contenido de video No. 6 sobre la creación de la publicidad para redes sociales.

**Elaborado por:** Sarah Bastidas y Danna Santisteban.

A medida que evoluciona un negocio con este también las exigencias del cliente, por ello es vital la creación de buena publicidad. Para lograrlo es necesario conocer ciertos criterios a implementar a la hora de crear contenido. Sea éste para redes sociales o para figurar como imagen de lo que se sea ofertar al mercado. Por lo tanto, en los videos 5 y 6 se enseñará acerca de este gran plus diferenciador para cualquier negocio ante sus competidores. A más de la teoría, la expresión de creatividad de cada dueño será lo que realmente conlleve a la atracción del mercado (Bastidas y Santisteban, 2021).

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

**Figura 9.** Contenido del video No .7

Video No.7 - ¿Cómo Vender su Producto o Servicio?		Días Empleados:	1
		Duración de Video:	30 min.
Objetivo del Módulo:	Lograr vender a gran escala su producto o servicio, a través de la aplicación de técnicas de ventas infalibles probadas por grandes empresarios.		
Recursos Necesarios	Metodología	Contenido Multimedia	Resultados Previstos
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Capacitador</li> <li>•Material didáctico como pizarra, marcadores, slides o enlaces</li> <li>•Editor</li> <li>•Material de grabación</li> </ul>	<p><b>Teórica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Preparación de la información.</li> <li>•Grabación de video</li> <li>•Edición de video</li> <li>•Distribución de video a través del GAD parroquial, via WhatsApp.</li> </ul>	<p><b>Introducción:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Conocer el entorno dónde venderá su producto o servicio.</li> <li>•Conocer bien y con mesura a su cliente.</li> </ul> <p><b>Desarrollo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Técnicas de persuasión</li> <li>•Métodos aplicados por grandes empresarios</li> </ul> <p><b>Conclusión:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Claves para la venta exitosa en redes sociales</li> <li>•Videoclip de ejemplo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ventas exitosas a lo largo del negocio.</li> <li>•Facilidad para el convencimiento.</li> <li>•Comunicación acertada ante el consumidor.</li> </ul>

**Nota:** Contenido de video No. 7 sobre la manera correcta de vender un producto o servicio.

**Elaborado por:** Sarah Bastidas y Danna Santisteban.

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO



**Figura 10.** Contenido del video No. 8

Video No.8 - Requisitos para la Apertura de un Negocio		Días Empleados:	1
		Duración de Video:	25 min.
Objetivo del Módulo:	Dar a conocer la documentación necesaria para el establecimiento y puesta en marcha de un negocio según su actividad económica.		
Recursos Necesarios	Metodología	Contenido Multimedia	Resultados Previstos
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Capacitador</li> <li>•Material didáctico como pizarra, marcadores, slides o enlaces.</li> <li>•Editor</li> <li>•Material de grabación</li> </ul>	<p><b>Teórica y Práctica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Preparación de la información.</li> <li>•Grabación de video</li> <li>•Edición de video</li> <li>•Distribución de video a través del GAD parroquial, via WhatsApp.</li> </ul>	<p><b>Introducción:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Clasificación del negocio por actividad económica.</li> </ul> <p><b>Desarrollo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Pasos para la obtención del RUC o RISE, permisos municipales, de bomberos y sanitarios.</li> <li>• Pasos para la declaración del Impuesto a la Renta en el SRI.</li> </ul> <p><b>Conclusión:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Costos, direcciones, enlaces, referencias, para la obtención de requisitos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Conocimiento a detalle de tramitación de documentación necesaria para la apertura de un emprendimiento.</li> <li>•Tramitación más ágil y en menor tiempo.</li> </ul>

**Nota:** Contenido de video No. 8 sobre los requisitos para la apertura de un negocio.

**Elaborado por:** Sarah Bastidas y Danna Santisteban.

Para nadie es desconocido el hecho de tener que cumplir con ciertos requisitos para la puesta en marcha de un emprendimiento. Siendo estos diferentes en cada país, y a su vez basados en criterios como la actividad o el tipo de contribuyente. Tarea facilitada gracias a la tecnología actual, dado esto se mostrará una enseñanza didáctica. No solo para dar a conocer cómo realizar la tramitación necesaria, sino también, para demostrar de qué manera se puede llegar al consumidor y dar por concretada una venta. En los videos 7 y 8 se trata de la manera más resumida posible de expresar lo antes mencionado (Bastidas y Santisteban, 2021).

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

**Figura 11.** Contenido del video No. 9

Video No.9 - Requisitos para la Obtención de Créditos Bancarios		Días Empleados:	1
		Duración de Video:	25 min.
Objetivo del Módulo:	Dar a conocer los requisitos necesarios a la hora de solicitar un crédito bancario, encaminado a la realización de microemprendimientos.		
Recursos Necesarios	Metodología	Contenido Multimedia	Resultados Previstos
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Capacitador</li> <li>•Material didáctico como pizarra, marcadores, slides o enlaces</li> <li>•Editor</li> <li>•Material de grabación</li> </ul>	<b>Práctica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Preparación de la información.</li> <li>•Grabación de video</li> <li>•Edición de video</li> <li>•Distribución de video a través del GAD parroquial, via WhatsApp.</li> </ul>	<b>Introducción:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Conceptualización</li> <li>•Tasas, tiempos y formas de pago.</li> </ul> <b>Desarrollo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Pasos para acceder a un crédito en BanEcuador o la CFN y el MIES para personas que reciben el bono de desarrollo humano.</li> </ul> <b>Conclusión:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Ejemplo de cálculo de crédito para microemprendimiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Obtención de créditos microempresariales, de forma sencilla, practica, e inmediata.</li> <li>•Ahorro de gasto por solicitud de créditos a tramitadores.</li> </ul>

**Nota:** Contenido de video No. 9 sobre los requisitos para la obtención de créditos bancarios.

**Elaborado por:** Sarah Bastidas y Danna Santisteban.

**Figura 12.** Contenido del video No.10

Video No.10- Técnicas para un Negocio Rentable y Sostenible		Días Empleados:	1
		Duración de Video:	30 min.
Objetivo del Módulo:	Ofrecer pautas que ayuden al futuro emprendedor a mantener a lo largo del tiempo su posible negocio, bajo la rentabilidad esperada.		
Recursos Necesarios	Metodología	Contenido Multimedia	Resultados Previstos
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Capacitador</li> <li>•Material didáctico como pizarra, marcadores, slides.</li> <li>•Editor</li> <li>•Material de grabación</li> </ul>	<b>Teórica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Preparación de la información.</li> <li>•Grabación de video</li> <li>•Edición de video</li> <li>•Distribución de video a través del GAD parroquial, via WhatsApp.</li> </ul>	<b>Introducción:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Conceptualización</li> </ul> <b>Desarrollo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Organización del negocio.</li> <li>•Control del negocio.</li> </ul> <b>Conclusión:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Estrategias para una buena administración.</li> <li>•Presentación de casos de emprendimientos exitosos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Correcta administración del negocio, a la par del crecimiento económico.</li> <li>•Sobrepasar la racha de 5 años en donde suelen quebrar los microemprendimientos.</li> </ul>

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO



**Nota:** Contenido de video No. 10 sobre las técnicas para que un negocio sea rentable y sostenible a lo largo del tiempo.

**Elaborado por:** Sarah Bastidas y Danna Santisteban.

En el noveno video se busca dar respuesta a la inclinación que tuvo la muestra encuestada, en cuanto al ámbito crediticio. Ya que la mayoría o tenía miedo o no contaba con el conocimiento para la obtención de créditos empresariales. Dejando notar que la solicitud de crédito dependerá netamente del microempresario si así lo amerita. Finalmente, en el video 10 se detallan estrategias para que los futuros emprendimientos a surgir no quiebren en tan poco tiempo. Sino que por el contrario se mantengan a lo largo del tiempo, con la rentabilidad y sostenibilidad esperada (Bastidas y Santisteban, 2021).

### 1.13 Horario de Videollamadas

Previamente se estableció videollamadas como sección de preguntas y respuestas, las cuales sirven como refuerzo a los videos pregrabados. Se espera contar con buena asistencia de receptores a dicha capacitación como se evidenció en la encuesta. Por otra parte, se tiene en la planeación tres itinerarios, para optimización del tiempo y mejor comprensión del oyente. Los horarios han sido creados con flexibilidad para que, todos los pobladores del sector tengan la oportunidad de ser partícipes y continúen con sus actividades cotidianas. La siguiente tabla muestra los horarios disponibles para los moradores del Virgen de Fátima.

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO



**Tabla 1.** Horario de videollamadas

<b>Horario de Videollamadas</b>
<b>Sábados : 08h00-10h00 am / 10h00-12h00 pm /14h00-16h00pm</b>

**Nota:** El horario establecido para realización de las videollamadas en la capacitación empresarial.

**Elaborado por:** Sarah Bastidas y Danna Santisteban.

### 1.14 Alcance de la Propuesta

- La propuesta está dirigida a toda la colectividad de la parroquia rural Virgen de Fátima, específicamente a la PEA.
- La propuesta es mediante la modalidad virtual como respaldo a la bioseguridad.
- La logística para difusión de la propuesta es directa y simple, es decir, comunicación y traspaso de los videos al GAD, y ellos transmiten los videos por WhatsApp.
- Contarán solo los temas mencionados en el contenido multimedia.
- Las capacitaciones tendrán un lapso de un mes aproximadamente.
- Los receptores de la capacitación virtual en Virgen de Fátima serán asistidos únicamente en las videollamadas.
- Las capacitaciones estarán a cargo de los estudiantes egresados de la Universidad de Guayaquil de las carreras afines a la administración.
- La selección de los estudiantes para dichas capacitaciones será mediante sorteo, en el cual participarán solo los inscritos sin actividades extracurriculares y con buen promedio.
- Los capacitadores carecen de responsabilidad alguna si el receptor de los videos se despreocupa por la observación de los

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO



mismos.

- El presupuesto empleado para la propuesta será presentado al GAD de la parroquia para efectuar su financiamiento por parte de la administración local.
- Al culminar la capacitación, se les entregará un certificado como validación de la misma.

### 1.15. Perfiles

#### 1.15.1. Perfil del Capacitador

**Tabla 2.** Perfil del Capacitador

<b>Perfil del Capacitador</b>
<b>1. Controlar de forma eficiente nuevas herramientas acorde a la innovación.</b>
<b>2. Usar medidas de calificación que permitan observar el impacto de la formación.</b>
<b>3. Crear medidas adaptables que soporten a dicho medio económico.</b>
<b>4. Examinar los entornos de manera objetiva.</b>
<b>5. Ser resiliente para sobrellevar los problemas con inteligencia emocional.</b>

**Nota:** Perfil que los capacitadores deben poseer al momento de reclutar.

**Fuente:** Universidad de Guayaquil (2017).

Tanto en la descripción y alcance de la propuesta se estableció que los capacitadores serán estudiantes egresados de gestión empresarial o de las carreras de ciencias administrativas del alma mater de Guayaquil. Las características que los emisores deben tener para la formación se encuentran especificadas en la tabla. Además, el reclutamiento será considerando en cuenta dos factores: (a) actividades fuera del período de titulación y (b) promedios. Con el estudio de esos elementos se facilitará la selección porque se tiene ya una muestra designada

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

para el trabajo. Finalmente, el proceso de elección estaría a cargo del área de docentes de investigación (Bastidas y Santisteban, 2021).

### 1.15.2. Perfil del emprendedor

El perfil del emprendedor debe ser simplificado en los seis pasos mencionados de acuerdo a varios estudios. Este tipo de empresario es la renovación del *homo economicus* ya que adquiere mayor responsabilidad social con su entorno. Del mismo modo se quiere romper paradigmas relativos al chip cognitivo de los parroquianos. Por ello, se iniciará en las capacitaciones con la disrupción del temor existente y a su vez erradicar los problemas de desempleo existentes en todo medio en subdesarrollo. Por ende, se continuará con las otras formaciones educativas en concordancia a las ciencias empresariales (Il Sung y Duarte, 2015).

**Tabla 3.** Perfil del Emprendedor

<b>Perfil del Emprendedor</b>
<p><b>1. Es libre y creativo en generar ideas.</b></p> <p><b>2. Se proyecta de acuerdo a su entorno usando a su favor el panorama.</b></p> <p><b>3. No le teme al riesgo , es arriesgado, por lo cual sabe manejar litigios.</b></p> <p><b>4. Administra de forma correcta su tiempo y energía.</b></p> <p><b>5. Tiene fluidez en las relaciones sociales.</b></p> <p><b>6. Tiene pensamiento crítico , es decir, sin imposición de ideas , dando apertura a nuevas posibilidades.</b></p>

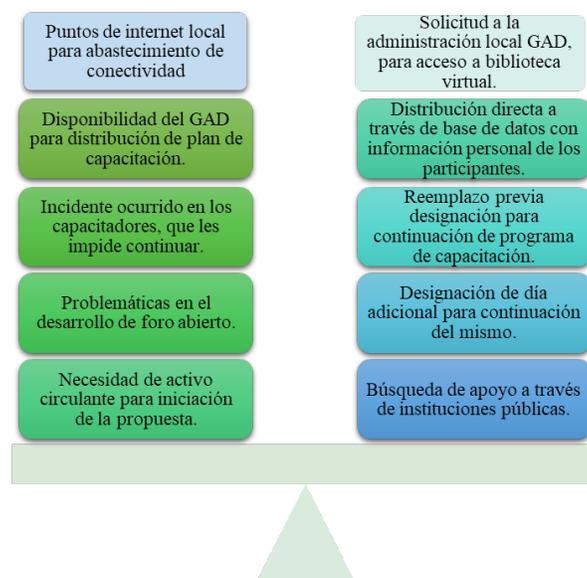
**Nota:** Las principales características que debe poseer un emprendedor.

**Fuente:** Rodríguez y Borges (2018).

### 1.16. Plan de contingencia

Un plan de contingencia empresarial es una guía para aliviar los riesgos implícitos que pueden aparecer en cualquier momento inesperado. Las eventualidades que han sido identificadas en la investigación son: (a) el capital humano y (b) puntos de conectividad. La estructura considerada para este plan de contingencia es simple, pero contundente ya que entre ellos se encuentran los puntos débiles mencionados en el FODA. Sin embargo, si se llegan a presentar mayores contrariedades se incluirá nuevos puntos para solventar y continuar con el despegue de la capacitación empresarial. El siguiente plan de contingencia está direccionado al suscitar algún problema en el desarrollo de la propuesta de capacitaciones empresariales virtuales para futuros emprendedores de la parroquia rural Virgen de Fátima (Jadue, 2019).

**Figura 13.** Plan de Contingencia



**Nota:** Plan de contingencia a activar en caso de suscitar algunos de los casos mencionados.

**Elaborado por:** Sarah Bastidas y Danna Santisteban.

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

Con el fin de mantener un resguardo ante posibles problemáticas que llegasen a ocurrir, se ha elaborado un plan de contingencia. El cual aborda aquellas debilidades subsistentes en la propuesta presentada. Tal es el caso de la distribución de los videos, teniendo como primera opción de divulgación la ayuda del GAD parroquial. En caso de que esto no pueda concretarse se realizará por cuenta propia la repartición directa a través de una base de datos de los moradores. A manera de contingencia interna se tendrá capacitadores de reemplazo que tomen el lugar de aquel que por a o b motivo no pudiese asistir a la grabación. (Bastidas y Santisteban, 2021)

Si existiese problemas con el desarrollo del espacio asignado para el foro de preguntas y respuestas se dispondrá de un día adicional para la continuación de éste. Como plan de acción ante la necesidad de conectividad a la red de internet para la visualización de videos, se realizará la gestión con el GAD de Virgen de Fátima. Solicitando el permiso de acceso de los participantes al espacio virtual existente en la parroquia, por el tiempo que dura el módulo de capacitación. Finalmente, en caso de no conseguir el dinero necesario para dar marcha al proyecto se solicitará apoyo de instituciones públicas. Mismas que cuentan con programas de apoyo a la comunidad y planes para el desarrollo de zonas rurales y de sus habitantes. (Bastidas S., Santisteban D., 2021)

## Referencias

- Acevedo Muriel, A. F. (2018). La teoría del capital humano, revalorización de la educación: análisis, evolución y críticas de sus postulados. *Revista Reflexiones y Saberes*, 5(8), 58-72.
- Acevedo, A. y Murcia, A. (2017). La inteligencia emocional y el proceso de aprendizaje de estudiantes de quinto de primaria en una institución Educativa Departamental Nacionalizada. *El Ágora U.S.B.*, 17(2), 545- 555. <http://dx.doi.org/10.21500/16578031.3290>
- Acosta Véliz, M. M., Coronel Pérez, V. y Jiménez Cercado, M. (2018). Emprendi-

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO



miento social y su relación con la base de la pirámide en Latinoamérica. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 7(4), 50-67. <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070436.50-67/>

Almodóvar, M. (2018). *Actividad emprendedora y crecimiento económico* (Tesis doctoral). Repositorio de la Universidad de Extremadura, Badajoz, España.

Bastidas S. y Santisteban D. (31 de 4 de 2021). Plan de capacitación empresarial para futuros microemprendedores de la parroquia Virgen de Fátima (Trabajo de Titulación Gestión empresarial). Guayaquil, Guayas, Ecuador: Repositorio de la Universidad de Guayaquil.

Becker, G. (1962). Investment in human capital: A theoretical analysis. *Journal of Political Economy*, 70 (5), 9-49. <http://doi.org/10.1086/258724>

Berger, A. N. y Udell, G. (1998). The economics of Smalls Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle, *Journal of Banking & Finance*, 22 (6), 107-124.

Bowles, S. y Gintis, H. (1976). *Schooling in capitalist America: Educational reform and contradictions of economic life*. Basic Books, p. 340.

Bucardo, A., Saavedra, M. y Camarena, M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de negocios*, 6(13), 98-107. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009>

Castañeda, M., Hernández, L. y Ramos, J. (2016). Una práctica innovadora en la capacitación empresarial. *Revista Cubana de Educación Superior*, 35(3), 4-14.

Castillo, G., Guerra, A. y Loaiza, E. (2020). Estudio de los recursos potenciales endógenos para el desarrollo en zonas rurales: Diagnóstico de la parroquia

Virgen de Fátima, Guayas, Ecuador. *Revista Espacios*, 41(14), 11.

Cejudo, J., López-Delgado, M. y Rubio, M. (2016). Inteligencia emocional y resiliencia: su influencia en la satisfacción con la vida en estudiantes universitarios. *Anuario de Psicología*, 46(2), 51-57. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97049408001>

Chaves, R. y Monzón, J. L.

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO

Escuela de Negocios de la Espol. (15 de Julio de 2020). En Ecuador en el 2019, emprendieron alrededor de 3.6 millones de habitantes. <https://www.espae.espol.edu.ec/gem2019/>

Fragoso, R. (2015). Inteligencia emocional y competencias emocionales en educación superior, ¿un mismo concepto? *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 6(16), 110-125. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-28722015000200006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-28722015000200006)

Global Entrepreneurship Monitor Ecuador. (20 de octubre de 2020). *Ecuador 2019-2020*. [https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GEM\\_Ecuador\\_2019.pdf](https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GEM_Ecuador_2019.pdf)

Gobierno Autónomo Descentralizado de Virgen de Fátima. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. Virgen de Fátima.

Gonzaga, M. (2019). *Influencia de la educación financiera en la toma de decisiones neuro financieras de los estudiantes de administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, 2018* (Tesis de maestría). Repositorio de la Universidad Nacional del Altiplano.

Gore, E. (2001). *La capacitación laboral y la construcción del conocimiento en las organizaciones, la generación de capacidades colectivas a la luz de un análisis de casos* (Tesis doctoral). Biblioteca Digital de la Facultad de Ciencias Económicas-Universidad de Buenos Aires.

Jadue, D. (2019). *Planificación y gestión empresarial*. Recuperado el 19 de febrero de 2019 de <https://planificacion-y-gestion-estrategica.blogspot.com/>

Maguiña, Y. (2016). *Caracterización del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro abastecimiento de equipos de cómputo - Chimbote, 2014*. (Tesis universitaria). Repositorio Institucional ULADCH (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote).

Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista Electrónica de Investigación Educativa (REDI)*, 20(1).

Mattos, C. (1999). Teorías del crecimiento endógeno: lectura desde los territorios de la periferia. *Estudios Avanzados*, 13(36), 183-208. <http://dx.doi.org/10.1590/>

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO



S0103-40141999000200010

- Ministerio de Gobierno del Ecuador. (2020). *La usura, un delito que genera crisis social*. <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/la-usura-un-delito-que-genera-crisis-social/>
- Quispe, G. (2016). Visiones del desarrollo endógeno desde las comunidades locales. *Revista Perspectivas*, (37), 95-122. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332016000100006&script=sci\\_abstract](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332016000100006&script=sci_abstract)
- Peña Acuña, B., Caldevilla Domínguez, D., Batalla Navarro, P. (2017). Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 315-330.
- Pérez, K. y Hernández, J. (2017). La elaboración de preguntas en la enseñanza de la comprensión de problemas matemáticos. *Revista latinoamericana de investigación en matemática educativa*, 20 (2).
- Reyes, J. (2020). La falta de conocimientos administrativos y acceso a financiamiento: causas principales del fracaso de las pymes. *Revista de la Universidad Emiliano Zapata*, 0(0), 9-12.
- Rodríguez Moreno, D. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Revista Katharsis*, (21), 419-448. Recuperado de <http://revistas.iue.edu.co/index.php/katharsis>
- Schultz, T. W. (1967). Investment in human capital. *The American Economic Review*, 57 (1), 1-17.
- Torres, M., Paz, K. y Salazar, F. G. (2019). *Boletín electrónico: Métodos de recolección de datos para una investigación, 3.ª edición*. Guatemala. Universidad Rafael Landívar.
- Tobón, C. (2014). *El ciclo de vida de las personas y la planeación financiera*. <https://www.skandia.com.co/para-quien/elite/noticias-segemento-elite/Lists/EntradasDeBlog/Post.aspx?ID=6>
- Valenzuela, I., Valenzuela, B. e Irarrazaval, J. (2018). Desarrollo Emprendedor Latinoamericano y sus determinantes: evidencias y desafíos. *Revista Pilquen*, 21(3).

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MODELOS DE DESARROLLO



Vázquez, A. (2018). Constitución, desarrollo endógeno y dinámica de las instituciones. *Revista de Economía Mundial*, (48), 201-220. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6377943>

Vidal, J. & Martín, J. (2008). Edad y tamaño empresarial y ciclo de vida financiero. *Research Papers in Economics*.