



DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.369>

La cultura administrativa y financiera como factor determinante en la sostenibilidad de los emprendimientos en el cantón Riobamba

The administrative and financial culture as a determining factor in the sustainability of enterprises in the Riobamba canton

A cultura administrativa e financeira como fator determinante na sustentabilidade das empresas do cantão de Riobamba

Yolanda Patricia Moncayo-Sánchez ¹
yolanda.moncayo@epoch.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3796-4308>

Marco Vinicio Salazar-Tenelanda ²
msalazar_t@epoch.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-7152-0685>

Jorge Washington Álvarez- Calderón ³
jalvarez_c@epoch.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-0342-0532>

Correspondencia: yolanda.moncayo@epoch.edu.ec

* **Recepción:** 30/ 11/ 2020 * **Aceptación:** 20/12/ 2020 * **Publicación:** 25/01/ 2021

1. Ingeniera en Marketing, Docente Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
2. Ingeniero en Banca y Finanzas, Docente Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
3. Doctor en Ciencias Económicas, Docente Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.



Resumen

La investigación se realizó con el fin de establecer los lineamientos específicos para determinar cuáles son los tipos de emprendimientos que se desarrollan en la ciudad de Riobamba, adicional determinar los principales problemas por la que pasa el sector productivo y de desarrollo del cantón Riobamba por causa de esta pandemia que azoto a todos los sectores pero más el de producción y el de venta directa; los principales resultados encontrados en esta investigación nos ayuda a nutrir la información que va de la mano con un estudio estadístico basado en el ámbito administrativo, financiero, de procesos y del marco legal mismos que se ven reflejados en los resultados de esta investigación.

De esta manera aplicando métodos de investigación cuanti y cualitativo como de análisis sintético, y utilizando herramientas científicas como la encuesta y la entrevista mediante los medios tecnológicos se trata de entregar material de calidad que en futuro el grupo de investigación INVESPOCH, podrá publicar tanto en este artículo como en el informe final de presentación de proyecto de Investigación, por lo tanto, se plantearon los siguientes objetivos:

El objetivo general fue determinar los emprendimientos con débil cultura empresarial y financiera en el cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, año 2020; y los específicos, establecer una base de datos de emprendimientos del cantón Riobamba, elaborar un diagnóstico sobre la cultura organizacional y financiera de los emprendimientos, así como también identificar los factores administrativos – financieros que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos.

Palabras clave: Cultura organizacional; administrativa; financiera; procesos; sostenibilidad.

Abstract

The research was carried out in order to establish specific guidelines to determine the types of enterprises that are developed in the city of Riobamba, and to determine the main problems that the productive and development sector of the canton of Riobamba is going through due to this pandemic that has affected all sectors, but more so the production and direct sales sectors; The main results found in this research help us to nourish the information that goes hand in hand with a statistical study based on the administrative, financial, processes and legal framework that are reflected in the results of this research.

In this way, applying quantitative and qualitative research methods such as synthetic analysis, and using scientific tools such as surveys and interviews through technological means, the aim is to deliver quality material that the INVESPOCH research group will be able to publish in the future, both in this article and in the final report of the research project presentation, therefore, the following objectives were set:

The general objective was to determine the ventures with weak entrepreneurial and financial culture in the canton Riobamba, Province of Chimborazo, year 2020; and the specific ones, to establish a database of ventures in the canton Riobamba, to elaborate a diagnosis on the organizational and financial culture of the ventures, as well as to identify the administrative - financial factors that affect the sustainability of the ventures.

Keywords: Organisational culture; administrative; financial; processes, sustainability.

Resumo

A pesquisa foi realizada a fim de estabelecer as diretrizes específicas para determinar quais são os tipos de empresas que são desenvolvidas na cidade de Riobamba, determinar ainda mais os principais problemas que passam pelo setor produtivo e desenvolvimento do cantão de Riobamba por causa desta pandemia que atinge todos os setores, mas mais a produção e as vendas diretas; Os principais resultados encontrados nesta pesquisa nos ajudam a nutrir as informações que vão de mãos dadas com um estudo estatístico baseado na estrutura administrativa, financeira, processual e legal que se refletem nos resultados desta pesquisa.

Desta forma, aplicando métodos de pesquisa quantitativa e qualitativa e análise sintética, e utilizando ferramentas científicas como pesquisa e entrevista através de meios tecnológicos é entregar material de qualidade que no futuro o grupo de pesquisa INVESPOCH, poderá publicar tanto neste artigo como no relatório final de apresentação do projeto de pesquisa, portanto, os seguintes objetivos foram levantados:

O objetivo geral era determinar os empreendimentos com fraca cultura empresarial e financeira no cantão Riobamba, Província de Chimborazo, ano 2020; e os específicos, estabelecer um banco de dados de empreendimentos no cantão Riobamba, elaborar um diagnóstico sobre a cultura organizacional e financeira dos empreendimentos, bem como identificar os fatores administrativos - financeiros que afetam a sustentabilidade dos empreendimentos.



Palabras-chave: Cultura organizacional; administrativa; financiera; procesos; sustentabilidad.

Introducción

Según (Samaniego, 2016) durante su investigación determina que: los emprendimientos empresariales en el cantón Riobamba-Ecuador tienen como actividades principales las relacionadas con pequeños negocios que ocupan entre uno y tres empleados, dirigidos por sus propios dueños con un nivel de instrucción secundaria. De otra parte, se identifican a 50 emprendedores de éxito por considerar emprendimientos dinámicos, calificadas como tales porque han superado la contratación de 20 empleados y han crecido en un promedio del 20% de ventas anual, en los últimos cinco años, ellos determinan las características que deberían tener sus empresas relacionadas con las siete Categorías de Malcolm Baldrige.

Por lo tanto, la presente investigación analizó la influencia de factores internos y externos en la sostenibilidad de los mismos.

El interés de este estudio nace del grupo INVESPOCH de la ESPOCH, facultad de Administración de empresas y sus respectivos integrantes; con el objetivo de identificar las principales variables que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos en el cantón Riobamba y de ese modo plantear mecanismos de mejora en el desarrollo de los mismo.

Metodológicamente, la investigación será de enfoque cualitativo, porque según (Gómez, 2016), se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, sin conteo y de enfoque cuantitativo porque el mismo autor manifiesta que éste se enfoque utiliza la recolección y el análisis de datos y confía en la medición numérica, el conteo y en el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población.

Contextualizando el problema, según la ESPAE, la Escuela de Negocios de la ESPOL en un estudio realizado en el Ecuador en el año 2019, unos de cada tres habitantes adultos iniciaron su negocio en el año 2019, con un valor representativo de 3 millones de habitantes y una TEA del 36.2% de la población económicamente activa; a nivel de sud américa solo Chile nos superó con una TEA de 36,7% en el mismo año.

Los motivos por los que los ecuatorianos se atreven a impulsar un emprendimiento son 4; primero la escasez en el mercado laboral, la segunda por estar vinculados a una empresa familiar, tercero por deseo de incremento en sus ingresos y el cuarto por que persiguen un propósito social.

En la actualidad existe un efecto negativo en este sector por motivo de la pandemia ya que a nivel país un 24,6% tuvieron que cerrar su negocio; y a esto un 69% han sufrido un efecto negativo por motivo de este evento; en el ámbito de la recuperación de cartera de clientes ha sido una tarea casi imposible porque el poder adquisitivo de los mismos ha disminuido de forma categórica y algunos de ellos se quedaron sin empleo y los resultados obtenidos en el 2019 han mermado en su histórico en un 20% datos reales que arrojan estudios realizados por la universidad antes mencionada.

Es por este motivo que los procesos administrativos – financieros, actualmente son de vital importancia, así como producción y mercadotecnia; al momento de observar el desarrollo de las actividades comerciales se nota que, las grandes cadenas de comercio al tener un modelo de negocio establecido, demostraron un impacto negativo menor y las pequeñas empresas o emprendimientos de la ciudad de Riobamba sufrieron una huella irreversible; se visibilizó una nueva variable, la tecnología que dio paso a un mercado un tanto informal inclusive, el de las redes sociales y la entrega exprés.

En ese sentido, es preciso citar varios conceptos que aporten a la descripción del tema investigado. Según (Arias & Pérez, 2015) describen que: El emprendimiento es una metodología crucial para el crecimiento económico y el desarrollo de la innovación de una región. La creación de nuevas empresas va asociada a la mejor calidad de vida y generación de empleo, la creación de riqueza, el incremento de la competitividad y el desarrollo tecnológico, los cuales resultan puntuales en el desarrollo efectivo de una sociedad.

Emprendimiento Social

Según (Cerro, 2016), el emprendimiento social es el proceso mediante el cual los ciudadanos construyen o transforman instituciones o sistemas para resolver problemas sociales. Implica la creación de nuevos equipos y recursos que mejoren la capacidad de la sociedad de la sociedad para abordar problemas y así, maximizar el impacto social a través de la sustentabilidad y la sostenibilidad.



El emprendimiento social es un acercamiento práctico, innovador y sustentable ante los problemas económicos y sociales, un acercamiento que divide sectores y disciplinas basándose en valores y procesos comunes para todos los emprendedores sociales independientemente de su enfoque, o si su organización tiene –o no- fines de lucro. (Cerro, 2016)

Emprendimiento innovador

Según (Almodóvar, 2018) el emprendimiento basado en la innovación se considera un factor que impulsa el desarrollo económico (Aparicio et al., 2016; Urbano et al., 2016). A nivel micro, si la motivación subyacente al emprendimiento es la innovación se esperará un mejor desempeño del negocio (Vivarelli, 2016). En la misma línea, al comparar el emprendimiento basado en la necesidad con el basado en la innovación, Urbano y Aparicio (2016) señalaron que es el segundo el que tiene impacto en términos de crecimiento económico. (Almodóvar, 2018), el mismo autor explica la clasificación de los mismo:

Emprendimientos privados

Son los negocios desarrollados a partir de capital privada, es decir, la inversión inicial suele provenir del mismo emprendedor (negocios pequeños) o de inversores de riesgo (como en los escalables). Actualmente los gobiernos están prestando asistencias económicas a quienes deseen crear su propio emprendimiento, por lo que serían negocios privados, creados a partir de inversión pública. Su principal característica sin dudas es:

Se desarrollan en el sector privado.

Emprendimientos públicos

Son todos aquellos emprendimientos que se llevan a cabo a través de las diferentes ramas que posea el sector público. Es posible encontrar este tipo de emprendimientos en casi todos los países y su principal objetivo es el de cubrir las principales deficiencias que posean las ofertas de los empresarios privados. Sus principales características son:

Se desarrollan en el sector público.

Buscan beneficiar directamente a los sectores más vulnerables de la población.

Emprendimientos oportunistas

Estos emprendimientos surgen ante una necesidad específica y urgente, en un momento determinado. Para que sea exitoso, el emprendedor debe ser capaz de tener una gran visión sobre lo que necesitan las personas, así como de desarrollar y ejecutar un modelo económico que funcione para satisfacer las carencias del mercado. Sus principales características son:

Son emergentes, nacen cuando la oportunidad toca a la puerta.

Requieren de una gran sensibilidad por parte del emprendedor, para detectar qué necesitan los mercados.

Tabla 1: Características de los emprendedores

| CATEGORÍA | ACTITUD O CONDUCTA |
|-----------------------------------|--|
| Compromiso y determinación | Tenacidad y capacidad de decisión Toma y cierre de compromisos con rapidez Disciplina Persistencia para resolver problemas |
| | Disposición a sacrificarse personalmente |
| | Inmersión en la labor |
| Liderazgo | Iniciativa Altos estándares, sin ser perfeccionista Construcción de equipos de trabajo y de héroes Inspiración de otros Trata a otros como quieren que lo traten a él Comparte la riqueza con la gente que ayuda a crearla. |
| | Integridad y confiabilidad |
| | Construcción de confianza |
| | Practica la filosofía del juego limpio |
| | Trabajo en equipo |
| | Excelente maestro y alumno |
| | Paciencia y urgencia |
| Obsesión de oportunidad | Conocimiento profundo de las necesidades de los clientes Impulso por el mercado |



| | |
|---|--|
| | Obsesión por la creación de valor |
| Tolerancia al riesgo, ambigüedad e incertidumbre | Toma riesgos calculados Minimiza riesgos Comparte riesgos Maneja paradojas y contradicciones Tolera la incertidumbre y la falta de estructuras |
| | Tolera la presión y el conflicto |
| | Tiene habilidad para resolver problemas y para integrar soluciones |
| CATEGORÍA | ACTITUD O CONDUCTA |
| Creatividad, adaptabilidad, autoconfianza | Pensamiento lateral Mente abierta No convencional No acepta el statu quo Se adapta al cambio Soluciona con creatividad los problemas |
| | Aprende con facilidad |
| | No le teme a las fallas |
| | Hábil para conceptualizar y trabajar detalles |
| Motivación a la excelencia | Orientación a metas y a resultados Metas altas pero alcanzables Motivación al logro y al crecimiento Poca motivación al estatus y al poder |
| | Conoce sus fortalezas y debilidades |
| | Perspectiva y humor |
| | Provee apoyo interpersonal |

Fuente: (Cárdenas, 2017)

La cultura organizacional es un conjunto de patrones y significados que son compartidos por los miembros de una organización, sirven de guía de comportamiento, proporcionan al colaborador sentido de pertenencia e identidad con la organización, y permiten a la organización diferenciarse de cualquier otra, constituye un factor determinante en la búsqueda de la mejora de su desempeño en virtud de que se relaciona directamente con los resultados y la eficiencia, así como con la identidad, el compromiso y la calidad del trabajo de sus colaboradores. (Linares, Márquez, & Botto, 2016).

Importancia

Según (Romero, 2016) La cultura organizacional es el valor fundamental que aprecian los empleados, generando un impacto en la moral, la motivación, satisfacción y productividad en la compañía. Por lo tanto, las empresas deben realizar programas de desarrollo para sus empleados en donde se puedan desarrollar y mejorar las habilidades de los integrantes de una organización, fortaleciendo sus valores y aumentando la retención de los buenos empleados.

Es importante mantener la cultura organizacional debido a que permite detectar problemas en los grupos de trabajo, o formar equipos con una ideología positiva y clara para el buen funcionamiento de la compañía. (Romero, 2016)

En cuanto a las atribuciones de la cultura, (Armida, 2016) considera las siguientes:

Proyectar a todos un efecto de identidad, para que los miembros de la organización se identifiquen y se integren con ella.

Promover el compromiso más allá del individuo en sí mismo, pues la filosofía se debe basar en los grupos.

Reforzar la estabilidad del sistema social, para así facilitar la interacción de sus miembros como un todo.

Ofrecer premisas reconocidas y aceptadas, para la toma de decisiones, lo que sugiere asignar una cuota de responsabilidad a cada integrante, así como la posibilidad de actuar en base a criterios consistentes, otorgándoles cierta importancia de acuerdo a su rol y a su aporte a la organización.

Promover ciertos aspectos en la empresa, considerados por el autor como artefactos culturales, incluyendo el diseño y el estilo de administración, que transmiten valores y filosofías a los miembros, motivan al personal y facilitan la cohesión del grupo, así como el compromiso con metas relevantes.

Se puede decir que estas funciones se complementan entre sí para hacer prevalecer la cultura organizacional, pues tal esta constituye un proceso establecido para coordinar y controlar a los grupos de personas, a través de niveles verticales, departamentos, relaciones de autoridad, entre otros. Las organizaciones otorgan gran relevancia a la función desempeñada por la cultura entre sus integrantes.



Los aspectos requeridos, para establecer una cultura organizacional positiva, a través de los diferentes componentes existentes en las organizaciones, desde el punto de vista de (Armida, 2016) incluyen:

Orientación hacia la acción: con la finalidad de ver cumplida la actividad, de manera que no se limite sólo a ser una propuesta, sino que sea materializada o ejecutada.

Orientación al cliente: considerando todos los recursos y el personal de la compañía, que deben canalizar sus actividades rutinarias hacia la satisfacción de las expectativas del cliente.

Autonomía y decisión: otorgar cuotas de autoridad y responsabilidad.

Productividad a través de la gente: motivar en el recurso humano el logro de los resultados esperados.

Compromiso con los valores: estimular la creencia y el apego a patrones de conducta ejemplares que identifiquen a la empresa.

Cercanía al negocio: tener contacto directo con todos los niveles.

Organización simple con sólo el personal necesario: enfocarse en el personal justo y necesario, con capacidad para desarrollar un proceso de servicio al cliente lo más simple posible.

Flexibilidad: abrirse a las posibilidades de adaptación o cambios.

Fuentes de financiamiento de los emprendimientos

Según (Torre, Fresno, & Cantero, 2015) : Las decisiones de financiación configuran la estructura de capital y deben ir dirigidas a obtener los recursos financieros necesarios para financiar los proyectos de inversión al mínimo costo y han de contribuir al logro del objetivo financiero de maximizar el valor de la empresa y sus accionistas.

Según (Enciclopedia Económica, 2020). Las principales características de las fuentes de financiamiento son las siguientes:

Pueden ser internas o externas a la organización.

Deben obtener un beneficio para que la inversión sea rentable.

Si poseen participación en las utilidades (ganancias), esta es proporcional a la aportación en capital.

Son fundamentales para el funcionamiento de la organización.

Importancia de las fuentes de financiamiento

Según (Banco BASE, 2018) deduce que: El financiamiento es importante para todo tipo de empresas ya que les permite cumplir sus metas operativas y de crecimiento; sin embargo, se deben tomar las decisiones de financiación correctas según los objetivos a corto y largo plazo.

El papel del director de finanzas es evaluar las necesidades de la organización en lo inmediato y a futuro para realizar una planeación óptima que mantenga la competitividad y rentabilidad de la compañía.

Metodología

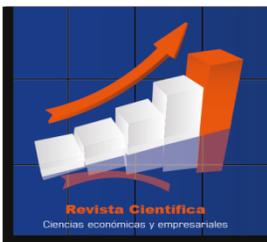
La modalidad de la investigación se sustenta bajo un enfoque cualitativo-cuantitativo. Cualitativo porque, su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada, según el autor (Bernal, C. 2012); mientras que la modalidad cuantitativa según el mismo autor es aquella que utiliza valores numéricos para estudiar un fenómeno. Como consecuencia, obtiene conclusiones que pueden ser expresadas de forma matemática.

Población y Muestra

La población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar. Por esa razón, entre la población y la muestra existe un carácter inductivo (de lo particular a lo general), esperando que la parte observada (en este caso la muestra) sea representativa de la realidad (entiéndase aquí a la población); para de esa forma garantizar las conclusiones extraídas en el estudio. autor (Bernal, C. 2012)

Existen dos niveles de población, el primero, la población diana, que generalmente es muy grande y el investigador no logra tener acceso a ella y el segundo, la población accesible, en donde el número de elementos es menor y está delimitado por criterios de inclusión y exclusión, (Bernal, C. 2012). Es en la última población en la que se realiza el muestreo y tamaño muestral para la presente investigación.

La investigación se realizó para un universo de emprendedores de diferentes sectores productivos del cantón Riobamba; los mismos que se tomaron de una base de datos otorgada por el Gad de Riobamba, MIES y IEPS; por tal motivo una de las variables de estratificación que les convirtieron



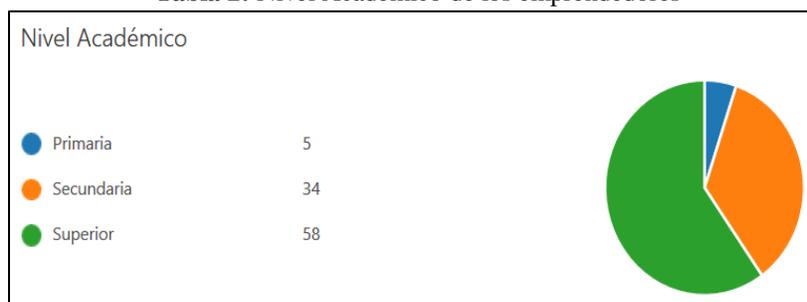
en unidades de muestreo fue que se encuentren en calidad de emprendedores activos y con número de contacto actualizado.

De ese modo se determinaron 97 emprendedores como población en estudio, por lo que no se procedió a calcular la muestra y se aplicó la encuesta a toda la población en estudio, mediante un enlace de forms herramienta tecnológica estadística de Windows.

Resultados

Los resultados de la encuesta se destallan a continuación:

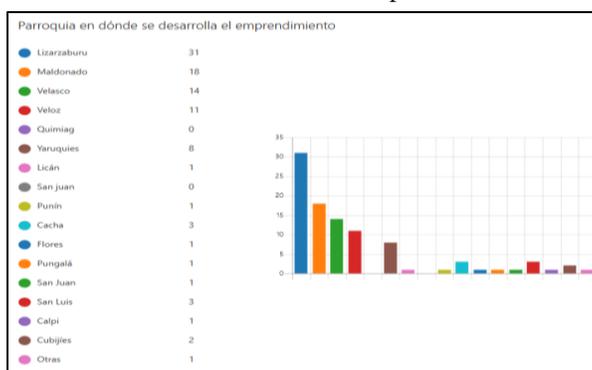
Tabla 2: Nivel Académico de los emprendedores



Fuente: Encuesta.

De acuerdo a la encuesta aplicada, el nivel académico de los emprendedores es el 58% superior, 34% secundaria, 5% primaria.

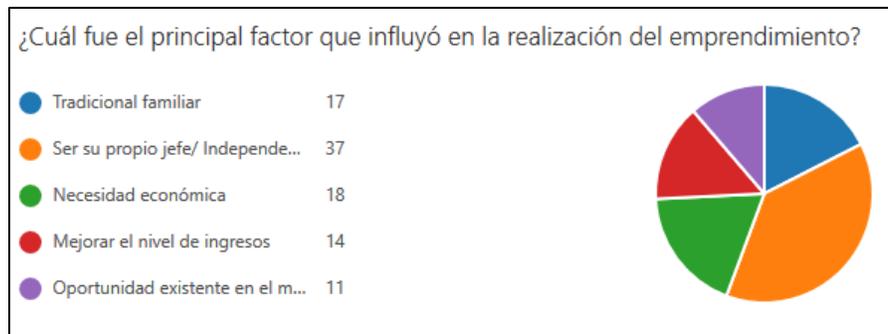
Tabla 3: Ubicación de los emprendimientos



Fuente: Encuesta.

Respecto a la ubicación de los emprendimientos, se determina según la encuesta que el 31% se encuentran concentrados en la parroquia Lizarzaburu del cantón Riobamba, el 18% en la parroquia Maldonado, el 14% en la parroquia Velasco, el 11% en la parroquia Veloz, el 8% en la parroquia Yaruquíes y en menor porcentaje en las parroquias rurales del cantón Riobamba.

Tabla 4: Factores que influyen en la ejecución de emprendimientos



Fuente: Encuesta.

El principal motivo para emprender, de acuerdo a las encuestas realizadas se da por obtener una independencia laboral 37%, por necesidad económica 18%, por tradición familiar 17%, por mejorar el nivel de ingresos 14% y por encontrar una oportunidad en el mercado el 11%.

Tabla 6: Estudios previo para la implementación del emprendimiento



Fuente: Encuesta.

En cuanto a los estudios previos efectuados para emprender, la encuesta efectuada evidencia que el 61% no realizó, el 15% aplicó estudios de mercado, el 13% elaboró un plan de negocios y el 8% realizó un estudio de costos.

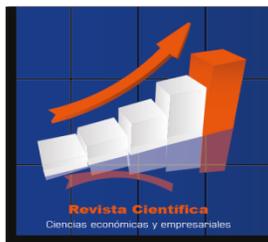
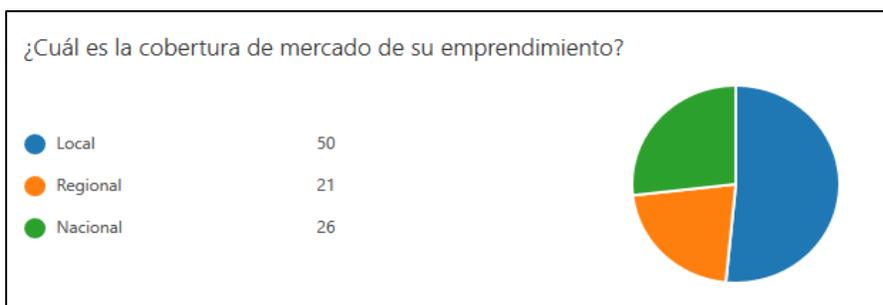


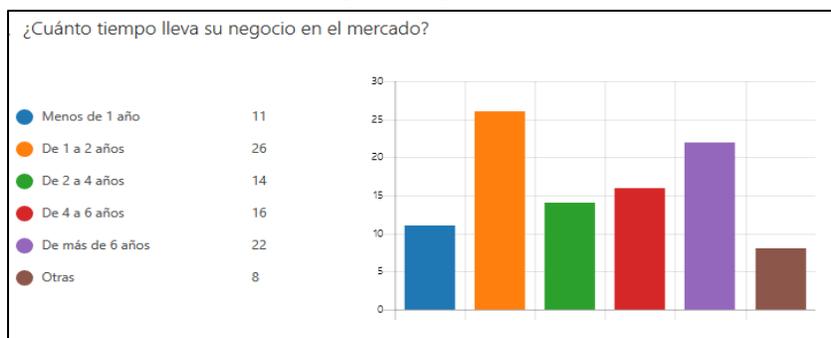
Tabla 7: Cobertura de mercado del emprendimiento



Fuente: Encuesta.

Respecto a la cobertura de mercado de los emprendimientos, el 50% posee una cobertura local, el 26% una cobertura nacional y el 21% una cobertura regional.

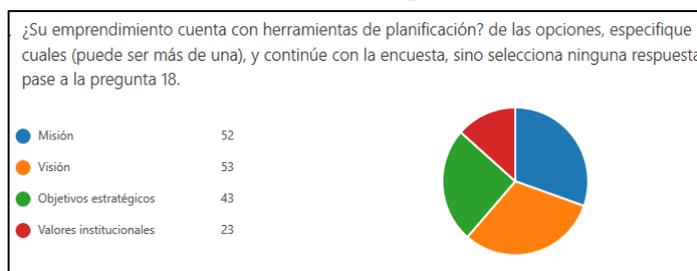
Tabla 8: Tiempo del negocio en el mercado



Fuente: Encuesta.

La investigación evidencia que el tiempo de permanencia en el mercado de los emprendimientos analizados es de 2 años el 26%, 6 años el 16%, 4 años el 14.

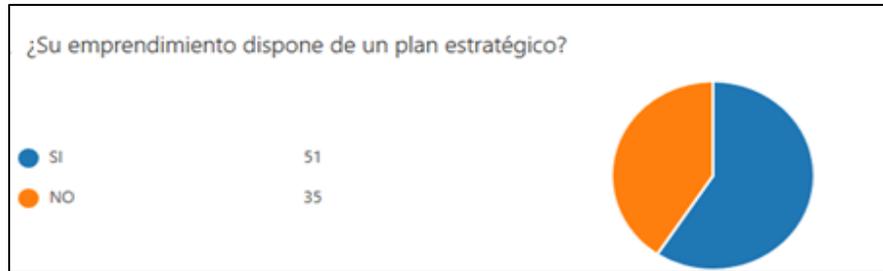
Tabla 10: Herramientas de planificación



Fuente: Encuesta.

Según la encuesta aplicada el 53% de los emprendimientos poseen visión, el 52% misión, el 43% objetivos estratégicos y el 23% valores institucionales; estos elementos corporativos para el estudio se consideran como herramientas de planificación.

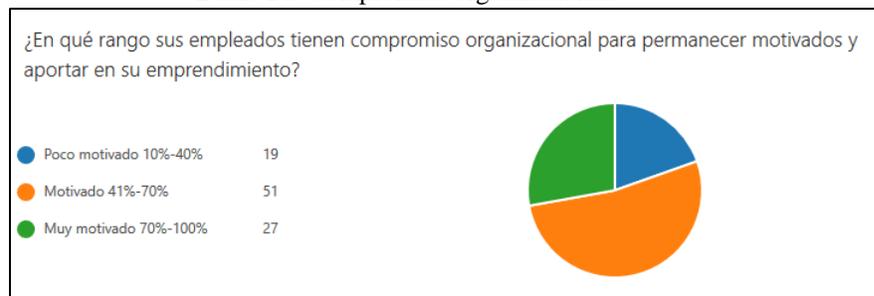
Tabla 11: Planeación estratégica para emprendimientos.



Fuente: Encuesta.

De acuerdo a la encuesta aplicada el 51% de los emprendimientos dispone de un plan estratégico, mientras que el 35% no dispone de esta herramienta de planificación.

Tabla 14: Compromiso organizacional.

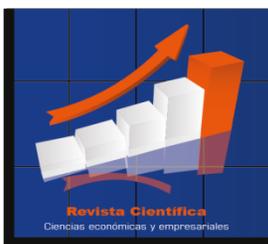


Fuente: Encuesta.

Respecto al compromiso organizacional de los colaboradores, el 27% se encuentra muy motivado, el 51% motivado y el 19% poco motivado.

Discusión

Los principales aspectos que se determinó en el estudio son: el 52% de los emprendimientos poseen visión y misión; así como el 43% cuentan con objetivos estratégicos; el 51% afirma contar con un



plan estratégico por lo que se determina que los emprendimientos en el cantón Riobamba, aplican esta herramienta básica de planeación empresarial, lo que les ha permitido permanecer en el mercado por más de 6 años, según datos de la encuesta.

Cabe analizar también que el estudio evidenció otro porcentaje menor que no hacen uso de herramientas de planificación, el 35% lo cual pone en riesgo su permanencia en el mercado.

Otros hallazgos de la encuesta aplicada al sector de emprendimientos en el cantón Riobamba

El estudio determinó que los emprendedores poseen un nivel académico superior en un 58% de la población encuestada, la mayoría de los emprendimientos están concentrados en las parroquias urbanas del cantón Riobamba, siendo la parroquia Lizarzaburu la que posee el mayor porcentaje, 31%. La principal motivación para emprender es el de obtener independencia laboral, así respondió el 37% de la población y la necesidad económica es otro de los motivos para emprender según la encuesta. 18%. El 61% de los emprendedores encuestados respondieron que no realizaron estudios previos para iniciar su negocio, a pesar de que el 52% manifiesta contar con visión y misión de sus emprendimientos; así como también el 51% responde que cuenta con un plan estratégico. Por lo tanto, un total del 22% manifiesta que se encuentra en el mercado por más de 6 años, mientras que el 26% responde que su permanencia en el mismo es de 2 años, sin embargo, el 20% de emprendimientos permanecen en el mercado entre 4 y 6 años

Factores de Sostenibilidad

Una vez realizado el estudio se plantea los siguientes factores como claves en la sostenibilidad de los emprendimientos en el cantón Riobamba:

Elaborar estudios de factibilidad para el ingreso al mercado, con el objeto de determinar la aceptación del producto o servicio en el público meta; así como también obtener información de estilos y comportamiento de compra.

Elaborar estudios de viabilidad financiera a fin de asegurar el retorno de la inversión y minimizar el riesgo financiero en el tiempo.

Establecer la filosofía corporativa del emprendimiento, planteando la misión, visión, objetivos estratégicos, principios y valores que orienten de forma clara y precisa el futuro del emprendimiento y señalen las pautas del cómo alcanzar dicho fin.

Plantear una estructura organizacional del emprendimiento, que evidencie el flujo de información y además especifique las funciones precisas para cada puesto de trabajo; evitando de ese modo duplicidad de funciones y optimización de recursos.

Eficiencia laboral, mediante la motivación al personal que colabora en el emprendimiento a través de capacitación, incentivos y un buen clima laboral.

Aplicar la cultura de “partners”, tratando a los colaboradores no solo como empleados sino como socios del emprendimiento.

Conclusiones

La investigación de mercado permitió determinar que el 35% de los emprendimientos del Cantón Riobamba poseen una cultura administrativa baja o débil.

Se diagnostica que los emprendimientos en el cantón Riobamba definen la cultura organizacional con acciones aisladas sobre esos temas, lo que no les permite la toma de decisiones efectivas que promueva el desarrollo del emprendimiento como tal.

Se determinó un universo de estudio de 92 emprendimientos legalmente constituidos en el cantón Riobamba.

Se concluye que la aplicación de una cultura administrativa, financiera son instrumentos claves para delinear el horizonte de los emprendimientos y su desarrollo exitoso en el mercado local, regional o nacional.

References

1. Almodóvar, M. (2018). Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores clave para. Universidad Complutense de Madrid, 229.
2. Armida, G. (2016). Cultura de servicio en la optimización del. Maracaibo, Venezuela: ISSN: 1317-0570.
3. Banco BASE. (2018). Decisiones de financiamiento a corto y largo plazo para empresas. Grupo Financiero BASE.
4. Cerro, J. (2016). EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL. México: IZTACCIHUATL, S.A. DE C.V.
5. Enciclopedia Económica. (2020). Fuentes de financiamiento. Enciclopedia Económica.



6. GESTIÓN EMPRESARIAL BI. (2018). Fuentes de Financiamiento. GESTIÓN EMPRESARIAL BI.
7. IEPS. (11 de 03 de 2018). Emprendedores de Chimborazo reciben certificados tras finalizar talleres de capacitación. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
8. Linares, I., Márquez, J., & Botto, E. (2016). Caracterización de la Cultura Organizacional en las MIPyME para Impulsar el Emprendimiento de alto Impacto. Management Review, 06.
9. Romero, N. (2016). La importancia de la cultura organizacional. Revista Recursos Humanos.com
10. Samaniego, F. (2016). DIAGNOSTICO DE LOS EMPRENDIMIENTOS: CASO CANTON RIOBAMBA-ECUADOR. Caribe a de Ciencias Sociales, SF.
11. Torre, B., Fresno, M., & Cantero, M. (2015). Dirección% Financiera%. OPEN COURSE WARE, 7 - 9.
12. Zapata, B. (3 de Julio de 2018). Créditos para emprendedores y Pymes en Ecuador. EL UNIVERSO.

Reference

1. Almodóvar, M. (2018). Type of entrepreneurship and development phase as key factors for. Complutense University of Madrid, 229.
2. Armida, G. (2016). Service culture in the optimization of the. Maracaibo, Venezuela: ISSN: 1317-0570.
3. BASE Bank. (2018). Short and long-term financing decisions for companies. BASE Financial Group.
4. Cerro, J. (2016). SOCIAL ENTREPRENEURSHIP. Mexico: IZTACCIHUATL, S.A. DE C.V.
5. Economic Encyclopedia. (2020). Financing sources. Economic Encyclopedia.
6. BUSINESS MANAGEMENT BI. (2018). Sources of Financing. BUSINESS MANAGEMENT BI.

7. IEPS. (11 of 03 of 2018). Chimborazo entrepreneurs receive certificates after completing training workshops. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
8. Linares, I., Márquez, J., & Botto, E. (2016). Characterization of the Organizational Culture in MSMEs to Promote High Impact Entrepreneurship. *Management Review*, 06.
9. Romero, N. (2016). The importance of organizational culture. *Human Resources Magazine.com*
10. Samaniego, F. (2016). DIAGNOSIS OF THE ENTERPRISES: CASE OF CANTON RIOBAMBA-ECUADOR. *Caribe a de Ciencias Sociales*, SF.
11. Torre, B., Fresno, M., & Cantero, M. (2015). Management% Finance%. *OPEN COURSE WARE*, 7 - 9.
12. Zapata, B. (July 3, 2018). Credits for entrepreneurs and SMEs in Ecuador. *THE UNIVERSE*.

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).