



*La importación de productos chinos y su incidencia en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta*

*The import of Chinese products and its impact on the development of youth entrepreneurship in Manta*

*A importação de produtos chineses e o seu impacto no desenvolvimento do empreendedorismo jovem em Manta*

Joselyn Estefanía Arcentales Quijije <sup>I</sup>  
[joselyn.arcentales@pg.ulead.edu.ec](mailto:joselyn.arcentales@pg.ulead.edu.ec)  
<https://orcid.org/0009-0003-6579-1560>

Digna Margarita Quijije Zambrano <sup>II</sup>  
[digna.quijije@ulem.edu.ec](mailto:digna.quijije@ulem.edu.ec)  
<https://orcid.org/0009-0000-5053-1035>

Hugo Ernesto Farfán Triviño <sup>III</sup>  
[hugo.farfan@ulem.edu.ec](mailto:hugo.farfan@ulem.edu.ec)  
<https://orcid.org/0009-0004-8571-0972>

**Correspondencia:** [joselyn.arcentales@pg.ulead.edu.ec](mailto:joselyn.arcentales@pg.ulead.edu.ec)

Ciencias Técnicas y Aplicadas  
Artículo de Investigación

\* **Recibido:** 26 de octubre de 2024 \* **Aceptado:** 24 de noviembre de 2024 \* **Publicado:** 20 de diciembre de 2024

- I. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.
- II. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.
- III. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.



## Resumen

Ecuador ha pasado por grandes cambios en su política comercial, en especial en las importaciones, pues el gobierno ha modificado las condiciones de comercio internacional, con un sesgo más favorable, principalmente con China, dado que siempre mantenía una balanza comercial negativa, es decir importaba más de lo que exportaba, por tanto, los términos del Tratado de Libre Comercio suscrito en mayo del 2023, de manera virtual, tendiendo como sede a Quito y Beijing simultáneamente, mejora las condiciones y oportunidades del comercio bilateral. Las importaciones que el Ecuador realiza son de bienes y servicios, preponderando mayormente las de consumo, como: combustible, materias primas, bienes de capital y diversos, mismos que han permitido iniciar actividades comerciales como los emprendimientos. El presente estudio, tiene como objetivos determinar cómo la importación de productos chinos incide en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta, en personas cuya edad están comprendidas entre los 18 y 29 años (jóvenes según el INEC). Se aplicó un diseño no experimental, con un enfoque cualicuantitativo, alcance correlacional, transversal, con una modalidad investigativa bibliográfica, documental, exploratoria, descriptiva, y observacional. Se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, teniendo como muestra 10 emprendimientos juveniles que importan productos chinos. Se empleó una encuesta como instrumento de medición en escala de Likert, ingresado al software estadístico SPSS para ser validado mediante el Coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de (0,974). Asimismo, se pudieron validar las hipótesis, demostrando las significancias en las correlaciones de las variables y dimensiones que en promedio fueron positiva moderada.

**Palabras Clave:** Importación; Comercio internacional; Emprendimientos; Empleo; Desarrollo Económico.

## Abstract

Ecuador has undergone major changes in its trade policy, especially in imports, as the government has modified the conditions of international trade, with a more favorable bias, mainly with China, since it always maintained a negative trade balance, that is, it imported more than it exported, therefore, the terms of the Free Trade Agreement signed in May 2023, virtually, with Quito and Beijing as headquarters simultaneously, improve the conditions and opportunities for bilateral trade. Ecuador's imports are of goods and services, with a predominance of consumer goods, such as fuel, raw materials, capital goods and miscellaneous, which have allowed the initiation of

commercial activities such as entrepreneurship. The present study aims to determine how the import of Chinese products affects the development of youth entrepreneurship in Manta, in people between the ages of 18 and 29 (young people according to the INEC). A non-experimental design was applied, with a qualitative-quantitative approach, correlational, transversal scope, with a bibliographic, documentary, exploratory, descriptive, and observational research modality. Non-probabilistic convenience sampling was used, having as a sample 10 youth ventures that import Chinese products. A survey was used as a measurement instrument on a Likert scale, entered into the SPSS statistical software to be validated through Cronbach's Alpha Coefficient, obtaining a value of (0.974). Likewise, the hypotheses could be validated, demonstrating the significance in the correlations of the variables and dimensions that on average were positive moderate.

**Keywords:** Importation; International trade; Entrepreneurship; Employment; Economic development.

### **Resumo**

O Equador sofreu grandes alterações na sua política comercial, sobretudo nas importações, pois o governo modificou as condições do comércio internacional, com um pendor mais favorável, principalmente com a China, dado que sempre manteve uma balança comercial negativa, ou seja, importa mais do que o que exportou, portanto, os termos do Acordo de Comércio Livre assinado em maio de 2023, virtualmente, com Quito e Pequim como sedes simultâneas, melhoram as condições e as oportunidades do comércio bilateral. As importações que o Equador faz são de bens e serviços, predominantemente bens de consumo, tais como: combustíveis, matérias-primas, bens de equipamento e bens diversos, que têm permitido o início de atividades comerciais como o empreendedorismo. Os objectivos deste estudo são determinar como a importação de produtos chineses afecta o desenvolvimento do empreendedorismo jovem em Manta, em pessoas com idades compreendidas entre os 18 e os 29 anos (jovens segundo o INEC). Aplicou-se um desenho não experimental, de abordagem qualitativa, correlacional, de âmbito transversal, com uma modalidade de pesquisa bibliográfica, documental, exploratória, descritiva e observacional. Foi utilizada uma amostragem não probabilística de conveniência, tendo como amostra 10 empresas jovens que importam produtos chineses. Utilizou-se como instrumento de medida um inquérito em escala Likert, inserido no software estatístico SPSS para ser validado através do Coeficiente Alfa de Cronbach, obtendo-se o valor de (0,974). Da mesma forma, as hipóteses puderam ser validadas,

demonstrando a significância nas correlações das variáveis e dimensões, que em média foram moderadamente positivas.

**Palavras-chave:** Importar; Comércio internacional; Empreendedorismo; Empleo; Desenvolvimento econômico.

## Introducción

Las importaciones representan un componente fundamental para el flujo comercial de cualquier país, ya que gracias a los productos que llegan a los puertos son los que permiten colocar las mercancías para venderlas en el mercado.

Implementar acciones y estrategias que ayuden a mantener el equilibrio entre la oferta y demanda en los mercados tanto nacionales como internacionales, es una de las principales funciones de un Estado; por ello, se busca a través de los tratados o acuerdos bilaterales, que beneficien a ambas partes, se logra tener un posicionamiento ventajoso en el comercio internacional y por tanto mejorar la economía de los países. China representa un ejemplo en que estos acuerdos comerciales generan desarrollo y crecimiento.

Desde hace muchos años, China ha sido considerada como "la fábrica mundial" de todo tipo de bienes, como respuesta a la gran multiplicidad de productos y servicios que ofrece a costos muy bajos, llevando por tanto a muchos países su producción, y, en algunos casos transformándose en el gran socio asiático. Por su economía, China es reconocido como un aliado estratégico comercial para América Latina. Particularmente, con Ecuador, las relaciones comerciales con el gigante asiático han alcanzado un desarrollo significativo, impulsado por los tratados bilaterales (Perrotti, 2015). Para el 2010, China se convirtió en el exportador número uno del mundo; superando así a Japón y a Estados Unidos, al cuadruplicar su producción, realidad que ha sido posible gracias al poder industrial a nivel mundial que China tiene al ser el mayor exportador e importador de bienes. (Mazo, 2014).

En los últimos años, la realidad económica y comercial de Ecuador, ha experimentado grandes cambios, que ha unido a las diversas crisis internacionales que se han vivido, han impulsado a los países de América Latina, a demandar aún más la utilización de recursos materiales, humanos, tecnológicos y económicos financieros. Lo cual ha llevado a la búsqueda adquisición de los bienes necesarios y no producidos dentro de la nación, que permitan obtener ventajas en la comercialización de bienes y servicios. Es así como China ha figurado como uno de los socios

comerciales más importantes para Ecuador y para la mayoría de los países latinoamericanos, convirtiéndose a lo largo de los años, en uno de los motores que ha impulsado el comercio entre las regiones, incidiendo notablemente el comportamiento de la balanza comercial en la región, a través de la inversión y la adquisición de los diversos productos que se ofrecen. (El Mundo, 2016). China es el mayor exportador mundial, esto se debe a que produce todo tipo de artículos de consumo, maquinaria, inmuebles, tecnología, etc. Actualmente, China es el principal socio comercial de Ecuador, con el que además mantiene acuerdos bilaterales, lo cual facilita las negociaciones con el gobierno chino, siendo una excelente opción para comenzar a emprender negocios desde la importación, aprovechando la variedad de artículos disponibles desde el país asiático. Haciendo un análisis para el 2023, por ejemplo, se registraron importaciones de productos no petroleros por USD 5.211 millones, equivalentes al 24% del total de las importaciones de dicha categoría, monto que además superó en USD 2.465 millones (+90%) a lo importado desde el bloque de Unión Europea y Reino Unido, y en USD 1.758 millones (+51%) a lo importado desde Estados Unidos. Las principales importaciones provenientes de China a Ecuador son: materias primas (en promedio del 2018 al 2023, el 40%). En cuanto a bienes de capital la participación promedio entre el 2018 al 2023 representó el 34%, el 76% de estas importaciones. Con respecto a los bienes de consumo, la participación promedio fue del 24%, en relación con el mismo periodo, importaciones que actualmente con la puesta en vigencia del acuerdo comercial entre ambas naciones gozan de una desgravación arancelaria inmediata. (Banco Central del Ecuador, 2023).

**Tabla 1:**

Ecuador: Importaciones Totales desde China (Cifras en millones de dólares)

<i>TIPO DE PRODUCTO</i>	<i>MONTO DE IMPORTACION EN MILLONES U\$D</i>
<i>Maquinarias y equipos mecánicos</i>	<i>1.100</i>
<i>Maquinarias y equipos electrónicos</i>	<i>1.055</i>
<i>Vehículos y partes</i>	<i>968</i>
<i>Fundición de hierro y acero</i>	<i>447</i>
<i>Plástico y sus manufacturas</i>	<i>361</i>
<i>Manufacturas de hierros y acero</i>	<i>275</i>

<i>Productos químicos y orgánicos</i>	225
<i>Aparatos quirúrgicos</i>	160
<i>Cauchos y sus manufacturas</i>	147
<i>Otros productos químicos</i>	125
<i>Productos farmacéuticos.</i>	42
<b>TOTAL IMPORTACIONES – FOB.</b>	<b>4.905</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador (2023) – Fedexport (2023) - SENA E (2023)

En la actualidad los jóvenes se proyectan en ser profesionales mediante la obtención de un título, para luego salir al mercado laboral y conseguir un empleo seguro, que le permita gozar de estabilidad económica. El sistema educativo de Ecuador no ha cambiado mayormente desde hace muchos años, y su enfoque ha sido el de incentivar y enseñar al estudiante, la manera de ejercer un cargo en una organización, siguiendo patrones determinados, no obstante, existen algunas instituciones educativas que tienen especial preocupación por formar a personas con visión emprendedora.

El emprendimiento supone la capacidad de tener en cuenta las aportaciones que hace un negocio en una comunidad como elemento determinante, tanto para el desarrollo económico como para el cambio social y estructural, además es percibido como una fuerza que impulsa el aprovechamiento de conocimientos, adaptación a los cambios tecnológico e innovación. Ante la actual crisis económica internacional, generada por efectos de la guerra entre Rusia y Ucrania, se está creando una recesión mundial que impide apoyo a naciones subdesarrolladas, dependientes de líneas crediticias para solventar los déficits estatales, mismos que son en unos casos insuperables de momento, tras aun existir efectos postpandemia, cuyo impacto se reflejan en el crecimiento de la inflación global, incremento de las tasas de interés, reduciendo el consumo, además de encarecer a mediano plazo bienes de consumo y capital.

Esto sin duda repercute en naciones como el Ecuador, que busca incesantemente inversión extranjera directa, acceso a créditos, apertura de mercados, para mejorar las condiciones sociales y económicas de la nación, por cierto, muy echada a menos, por una seria crisis interna en varios frentes, afectando la producción y el consumo, reduciendo las oportunidades del emprendedor.

Parafraseando a David Malpass (2023) del Banco Mundial, se expone que son necesarias políticas de estado para revertir las afectaciones externas, mismas que deben principalmente apuntar a incentivar las inversiones, productividad, y asignaciones de capital, lo cual contribuye al crecimiento, que es donde el emprendimiento cobra un peso relevante, por lo que los gobiernos deben replantear el enfoque del desarrollo económico, mediante la generación de emprendimientos creativos e innovadores, fomentando una sociedad emprendedora.

Conceptualizando, las variables principales de esta investigación, por un lado, la importación, de acuerdo con la SENA (2014), es la acción de introducir mercancías extranjeras a un país, cumpliendo con las exigencias y formalidades aduaneras, de acuerdo con el Régimen de Importación de cada país al que se quiera importar.

Así también, (Rodríguez, 2009), considera el emprendimiento como una cultura que incentiva a identificación de oportunidades de negocios para generar ingresos, además afirma que la cultura emprendedora involucra un estímulo para detectar oportunidades comerciales en todos los niveles de la organización, promoviendo la innovación empresarial para llevarlas a la práctica. De acuerdo con lo anteriormente planteado, en la presente investigación, se pretende responder al siguiente problema general: ¿De qué manera la importación de productos chinos incide en el desarrollo del emprendimiento juvenil en Manta?

### **Objetivo general**

“Determinar de qué manera la importación de productos chinos incide en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta”.

### **REVISIÓN LITERARIA**

De acuerdo con el Banco Mundial (2016), la geopolítica de los países asiáticos está enfocada en acrecentar su estatus como potencia en todo orden, principalmente estados como Japón y China, promoviendo sus intereses nacionales, dando impulso al desarrollo industrial, tecnológico y armamentístico, lo cual incluso ha tensado muchas relaciones políticas, principalmente con Estados Unidos.



Una de las estrategias es precisamente exponer al mundo la cultura “China”, la cual se está expandiendo como un fenómeno incontenible en muchos países sudamericanos, precedida por una acuarela de atávicas tradiciones de más cinco mil años.

Ya no se trata de conocer y acopiar ciertos cultismos de esta nación asiática, sino de ver cómo su evolución económica, productiva, tecnológica, social, académica e incluso musical, crece exponencialmente, haciéndola ver no solo como un destino turístico, de negocios, sino como un socio comercial para cualquier país, su empresariado y sus emprendedores. Actualmente se ha generado un “boom” en el desarrollo de negocios “chino - ecuatorianos”, impulsados por las tecnologías de la comunicación e información (TICS), que simplifican sin duda la conexión y los espacios de interacción con cualquier lugar del mundo.

Las personas en edades de 18 a 35 años son consideradas emprendedores juveniles, mismos que se ven influenciados por estas nuevas tendencias culturales, no muy distintas a las propuestas por occidente, y quizá, con mayores facilidades cuando se trata de importar productos en toda línea y categoría; es así como despierta el espíritu del joven emprendedor de productos chinos. «En función de lo expresado, para establecer el estudio primero define teóricamente que se entiende por emprendimiento juvenil, tomándose la cita de Huamán, Lozano y Félix (2015), quienes puntualizan que “se identifica como aquella estrategia que quiere ser llevada a la realidad por parte de jóvenes alrededor del mundo, para poder convertirse en buenos prospectos desde edades tempranas, y mostrar las distintas habilidades y capacidades que poseen y quieren desarrollar” (p.2). Como consecuencia favorable de lo señalado, es que los jóvenes emprendedores desarrollan de forma más apropiada y rápida sus capacidades de liderazgo, propendiendo finalmente a buscar oportunidades que le hagan posible obtener un trabajo, y mejor aun siendo su propio jefe, satisfaciendo monetaria y emocionalmente su vida personal y profesional».

### **Importación de productos chinos**

El proceso de “importar” productos chinos está resultando ser una de las mejores opciones para emprendedores, pero principalmente para los “jóvenes”, quienes han visto una gran oportunidad de promover la venta bienes provenientes de Asia (China), mismos que te tienen precios módicos y asequibles, posibilitando armar una excelente cadena de abastecimiento y distribución. El gran desafío de la importación desde china está en la tramitología, la cual requiere de una serie de pasos elementales tales como:

- Identificación de productos demandados en el mercado y sus márgenes de contribución.
- Convenir compromisos comerciales con proveedores serios y de buena reputación (firmados para acordar precios, despachos, especificaciones de cantidad, calidad, etc.), los cuales se pueden ubicar en ferias, fabricas (in situ), o por medio de plataformas online como “Global Sources”.
- Legalización de origen y de destino de la importación, con el pago de aranceles tributarios y de aduana.
- Definir y organizar el transporte, pudiendo ser marítimo, aéreo o multimodal.
- Acopio de documentos necesarios para importar, tales como factura comercial, registro de empaque, conocimiento de embarque, certificación de origen (dependiendo del tipo de bien), para nacionalizar los productos importados.
- Declaración aduanera, una vez llegada la mercancía al lugar de destino (pagando, tasas de importación, aranceles e impuestos)».
- «Gestionar la desaduanización de la mercancía (s) con un agente afianzado de aduana especializado.
- Registrarse en el sistema de aduana (Ecuapass), para obtener el código de operación, para poder pagar aranceles e impuestos, tales como el “IVA, % VALOR CIF, TSA, FODINFA”.
- Tener RUC.
- Otros.

En parafraseo a los teóricos Xuedong y Covarrubias, la importación de productos chinos es el proceso mediante el cual empresas, comerciantes o individuos adquieren bienes fabricados para ser utilizados, vendidos o distribuidos en otros países. China es conocida por ser uno de los principales centros de fabricación a nivel mundial, debido a su mano de obra económica e infraestructura industrial desarrollada. Los productos chinos pueden incluir una amplia variedad de artículos, desde productos electrónicos, textiles, juguetes, muebles hasta productos alimenticios y más.

Una importante reflexión muy ilustrativa es aquella efectuada por el Ministerio de Economía y Finanzas del Ecuador (MEF - 2023), argumentando que “la compra de bienes y servicios procedentes del exterior, entraña ciertas ventajas irrefutables, tales como el acceso a productos de

calidad internacional, elaborados en naciones industrializadas, lo cual les permite a países subdesarrollados tecnológicamente, que tengan acceso a innovaciones” (p.12). También investigadores como Colobon y Jiménez (2022) contribuyen a la temática estudiada, señalando que:

“Las importaciones permiten a los ciudadanos adquirir productos que en el país no se producen, más baratos o de mayor calidad, beneficiándolos como consumidores. Al realizarse importaciones de productos más económicos, automáticamente se está liberando dinero para que los ciudadanos ahorren, inviertan o gasten en nuevos productos, aumentando las herramientas para la producción y la riqueza de la población” (p.10).

### **Crecimiento de importaciones**

La revisión teórica-conceptual sobre el crecimiento de importaciones se torna vital en el contexto investigativo de los emprendimientos de todo tipo, al considerarse este como un

indicador que expresa el aumento de aquellos productos y servicios que un país, a través de compradores internos (empresas, negocios y emprendedores) al exterior, bajo anuencia estatal.

Desde el punto de vista microeconómico resulta ser una importante métrica de la demanda local y el poder adquisitivo de su población. Hoy las naciones pueden acrecentar sus niveles de importación, gracias a las “cadenas globales de valor”, las cuales integran a los procesos de producción de un bien y/o servicio, desde la planificación, diseño, fabricación, distribución y consumo, sin importar la ubicación geográfica de proveedor alguno. Para ello el importador debe aprovechar todas las ventajas comparativas y competitivas al momento de la adquisición de bienes. Los autores Gómez y Ramírez (2016) plantean una de las definiciones más objetivas sobre el crecimiento de las importaciones, indicando que “el incremento del volumen de importaciones de bienes y servicios presenta también diversos efectos en el crecimiento económico de un país, puesto que la adquisición de estos bienes se traslada a los consumidores, beneficiándolos en precios, calidad y variedad” (p.44).

### **Desarrollo económico local (DEL)**

Se considera al “DEL” como un grupo de políticas estatales y locales, cuyo fin es desdoblarse y aprovechar todas las “capacidades y potencialidades endógenas” de un territorio, zona, región, ciudad o provincia, convirtiéndola en un polo de desarrollo, con una visión socialmente sostenible,

capaz de cuidar de forma sustentable los recursos y riquezas de una localidad, en pro una mejor calidad de vida de sus habitantes. Para que el desarrollo económico y local sea hegemónico, se requiere de una participación inclusiva y masiva de actores del ámbito público y privado. De acuerdo con el Instituto de Capacitación y Estudios para el Desarrollo Local (ICEDL, Argentina, 2011), el “DEL”, necesita de una serie de elementos básicos para su activación, como se puede observar el grafico # 1.

### Gráfico 1.

Elementos básicos para el desarrollo económico local.



**Fuente:** ICEDL (2011)

El Banco Mundial (2016) define al desarrollo económico local como “un proceso por medio del cual, el sector público, las empresas y los actores no gubernamentales trabajan colectivamente para crear mejores condiciones para el crecimiento económico y la generación de empleo” (p,162).

### Políticas comerciales y regulaciones

Las políticas comerciales son en si un grupo de regulaciones, las cuales se encargan de establecer el desarrollo de relaciones económicas interempresariales, así también con personas naturales (nacionales y extranjeras). Este conjunto de políticas contempla toda la normativa legal/jurídica al que se someten las importaciones y evidentemente las exportaciones. Los gobiernos son los

responsables de la emisión y el control de las “regulaciones y políticas comerciales”, con capacidad para determinar condiciones de precios, cupos y cantidades de producción dentro de un mercado. El impacto de las referidas políticas, deben admitir y garantizar la eficiencia funcional de los mercados en su conjunto (empresas, proveedores, clientes, otros), garantizando derechos y obligaciones, en pro del bienestar de la sociedad, el hábitat y sus recursos (flora y fauna). Como un elemento común en el intercambio de bienes y servicios, las naciones pueden desarrollar acuerdos comerciales con beneficio bilaterales-solidarios, mejorando el flujo de las importaciones y exportaciones, con la eliminación de ciertas barreras arancelarias, acordando un arancel externo común.

Bajo los criterios de Ruiz (2024), la política comercial “hace alusión a las decisiones, acciones y medidas que un gobierno toma para regular el comercio exterior de un país, buscando promover los intereses económicos y comerciales nacionales, protegiendo a los productores, maximizando los beneficios en favor de los consumidores” (p.6).

### **Desarrollo del emprendimiento**

Todo emprendimiento está pensado como un negocio “iniciado y desarrollado”, cuya característica principal es la independencia de quien lo impulsa, denominado “emprendedor”. De acuerdo con su naturaleza y tamaño, puede nacer de un proyecto manejado por una o más personas (emprendedores), con cocimientos multidisciplinarios. Dependiendo del ciclo de vida del “emprendimiento”, generalmente en etapas iniciales se pueden “tercerizar tareas” de áreas complejas, contratando personal de manera ocasional, hasta suplir esta necesidad, que luego con el crecimiento del negocio y los recursos adecuados, bien se podría constituir en una empresa, con la estructura idónea.

El desarrollo de un emprendimiento germina a partir de una idea, la cual debe ser lo suficientemente “motivadora” para impulsar el “espíritu emprendedor” de individuo alguno. Debe nacer fruto de una necesidad insatisfecha en el mercado, para verse como una atractiva oportunidad. Emprender es una tarea compleja, sujeta a lidiar en ocasiones con escasez o iliquidez de recursos por falta de capital de operación o fuentes de financiamiento. Otra limitante pudiera darse en la carencia de recurso humano para abordar las tareas que demanda un negocio, afectadas en ocasiones por la insuficiencia de personal calificado. Seguidamente se podría encontrar con problemas exógenos, como una crisis económica e inflacionaria del país o lugar de asentamiento del emprendimiento,

afectando a la producción y comercialización de los bienes ofertados. La variación de los costos de fabricación, podrían incidir en los precios de venta al público, reduciendo la competitividad del negocio/emprendimiento/empresa.

Aquellos emprendedores “noveles y jóvenes”, orientan sus propuestas a negocios concebidos como de “triple impacto”, enfocado en tres factores que se consideran encaminan al éxito a todo negocio. En primer orden está el poner atención al “impacto económico”, relacionado con la generación de utilidades para el emprendimiento. En segundo orden está el “impacto social”, el cual abarca el cumplimiento de obligaciones sociales (con la colectividad de consumo), civiles y laborales impuestas por el estado, para un buen desenvolvimiento. Tercero el “impacto medioambiental”, vinculado a la protección del ecosistema, el cual no tiene que verse afectado por actividad comercial alguna, por el contrario, debe plantearse una propuesta “eco amigable” de largo plazo, como parte de la responsabilidad social empresarial.

Finalmente, en el “desarrollo de emprendimiento”, resulta sustancial efectuar una regresión teórica desde los postulados de Schumpeter (1934), señalando este autor que esta acción de emprender, es un proceso dinámico que impulsa la innovación y el cambio en la economía, sustentado en ideas propuestas por emprendedores como agentes del cambio, capaces de prever y aprovechar oportunidades” (p.19). En paralelo y comparativamente Ávila (2021) efectúa un gran análisis escalonado, exponiendo que:

“La actividad emprendedora, deja ver tres momentos: inicialmente, el emprendedor es considerado un agente económico hacedor y transformador de oportunidades y actividad económica. Seguidamente se considera a este como un agente económico innovador, que identifica, crea y aprovecha oportunidades, de acuerdo con sus capacidades, competencias y destrezas en la toma de decisiones. Consecuentemente se concibe al emprendimiento como la renovación de una empresa con trayectoria, cuya capacidad de innovación surge del capital humano, a las realidades del entorno empresarial” (p.12).

### **Crecimiento del ecosistema emprendedor**

La teorización de “ecosistema emprendedor” se viene popularizando en el contexto de los emprendimientos desde hace varios años, entendiéndose como el escenario de donde surgen estas unidades de negocios, en cuya atmosfera se impulsa la “creación de nuevas empresas”, mismas que

en el mercado pueden crecer y ser exitosas o sencillamente desaparecer por diversas razones, entre ellas por la falta de liquidez. En el referido ecosistema, confluyen una serie de actores, tales como los inversionistas, emprendedores, instituciones de soporte, asesores, operadores de plataformas de negocios, etc. En ese entorno se crea un “ambiente de comunidad de apoyo” hacia la germinación y desarrollo de empresas noveles, también conocidas como “startups”.

Con más de siete décadas las “startups” son identificadas como empresas delineadas para un acelerado crecimiento, muy diferente a otros negocios con espíritu conservador, pues estas tienen una visión donde se efectúan las cosas para la complacencia y servicio de todas las personas, vistos como clientes. Estos negocios, deben ser diferenciados de las PYMES, descritos como pequeñas y medianas empresas, muy moderadas en sus operaciones, con un modelo e idea de negocio definido; contrariamente las “startups” que son escalables, es decir buscan crecer rápido, apoyadas en la tecnología y sus herramientas, caracterizadas también por experimentar en todo momento. Los emprendedores tienen que aprender a coexistir en un “ecosistema” donde convergen actores como las incubadoras y aceleradoras, que son organizaciones dedicadas a impulsar el “emprendimiento”, con servicios que van desde la mentoría hasta el acompañamiento para acceder a recursos financieros, la gran diferencia es que las segundas, intervienen en una etapa de mayor consolidación del negocio, para ayudarles en su fortalecimiento.

En esencia y de acuerdo con Kobylinska y Lavios (2020) citado por Tassara (2021) un ecosistema de emprendimiento es considerado como “un conjunto de actores emprendedores, organizaciones emprendedoras, instituciones y procesos que de manera formal e informal se unen para conectar, promover y dirigir el desarrollo del entorno empresarial de una localidad, como por ejemplo Silicon Valley” (p.3).

### **Innovación y adopción tecnológica**

Los dos términos fusionados “innovación y adopción” tecnológica, son parte de un esquema de desarrollo e implementación de nuevas tecnologías en el entorno de la gestión empresarial, con el fin de mejorar la fabricación de productos y servicios e incluso de procesos de carácter administrativo y fabril. Los cambios o renovaciones tecnológicas pueden ir también en el orden de la mejora de herramientas existentes (hardware y software), volviendo más eficientes las tareas de la organización, mismas que parten de las necesidades del entorno y el mercado de consumo. Todas estas transformaciones, son adoptadas por las personas que hacen parte de las empresas, sin

restringir el tamaño, dado que la tecnología no tiene excepciones en su “adopción”, dependiendo únicamente del ímpetu de desarrollo de un micro, pequeño, mediano y gran empresario-emprendedor.

Un factor preponderante en la incorporación de nuevas tecnologías es la “innovación” sustentada en una visión de desarrollo corporativo que pueda venir de la parte más alta de la línea de mando de una organización, pues, mientras más abiertos estén los propietarios, accionistas, gerentes y ejecutivos hacia el cambio, mayores serán las posibilidades de tecnificación, desarrollo y sostenibilidad para el negocio. En adelante, por añadidura se mejorará el “nivel técnico/científico” de la empresa, permitiéndole evolucionar y trascender en el mercado, dado el grado de competitividad que se logrará alcanzar.

Con los criterios expuestos, es claro que la “innovación y adopción tecnológica” busca emplear el conocimiento para desarrollar nuevos bienes y servicios, buscando la mejora continua, lo que implica actualizar permanente los procesos internos de una empresa, incluso renovado su modelo de negocio, dadas las exigencias del mercado. Los beneficios serán inmediatos, pues se lograrán reducir ostensiblemente los costos operacionales y el acceso a nuevos segmentos de mercado. Lo referido puede considerarse como “innovación tecnológica disruptiva”, creando agregación de valor y ventaja competitiva, posibilitando el liderazgo empresarial en el sector donde se desenvuelva.

Para Tejada, Cruz, Uribe y Ríos (2019), la innovación y adopción tecnológica es concebida como “un proceso estratégico que demanda creatividad, disposición, cooperación y esfuerzo participativo de quienes integran la organización, convirtiéndose en esencial el apoyo de los directivos, para alcanzar los objetivos planteados” (p.3). Cerrando el análisis de esta dimensión de estudio, las escritoras e investigadoras Suarez, Erbes y Barletta (2020), sostienen que “la innovación y adopción tecnológica es una actividad periódica, desarrollada de manera más o menos sistemática, en el marco operacional de las empresas, las regiones y países” (p.12).

## **METODOLOGÍA**

### **Diseño y tipo de investigación**

La investigación tiene un enfoque cualicuantitativo, pues es necesario comprender la manera en que la importación de productos chinos incide en el desarrollo del emprendimiento juvenil en Manta, además porque accede medir los datos mediante la comprobación o rechazo de las



hipótesis. Asimismo, tiene un diseño no experimental, con un alcance correlacional, de trazo transversal, ya que la información se recogió en un único momento, y no se manipularon las variables. (Hernández Sampieri y Mendoza Torres, 2018).

El estudio, además, es bibliográfico, y correlacional, pues se revisó información escrita en tesis, revistas científicas y libros, con la finalidad de determinar las relaciones entre las variables y dimensiones. (Hernández Sampieri y Mendoza Torres, 2018).

Así también, al ser un problema poco conocido por el investigador, para ayudar al planteamiento del problema y formulación de hipótesis, se utilizó la investigación exploratoria y mediante la descripción que permite relatar las características más importantes del fenómeno investigado. (Hernández Sampieri y Mendoza Torres, 2018).

### **Población de estudio**

En la presente investigación se toma como población de estudio a 10 emprendimientos juveniles (edades de 18 a 29 años), que importan productos chinos. Este dato proviene una inferencia estadística, de acuerdo con la base de datos suministrada por el servicio de rentas internas SRI, (2024) distribuidas de la siguiente manera:

**Tabla 2.**

Emprendedores juveniles en Manta bajo razón social “comercialización y venta” de productos (edades de 18 a 29 años).

<b>TIPO DE PRODUCTOS IMPORTADO</b>	<b>RUBRO DE IMPORTACION EN DOLARES</b>	<b>% DE PARTICIPACION NACIONAL PONDERADO</b>	<b>NUMERO DE EMPRENDEDORES IDENTIFICADOS</b>
<i>Maquinarias y equipos electrónicos (Freidoras, teléfonos, computadores, relojes,</i>	340.000	0,0003	4

<i>cámaras de seguridad, cámaras, otros).</i>			
<i>Plástico y sus manufacturas (Adornos, fundas, botellas, bisutería, otros).</i>	96.000	0,0002	2
<i>Productos químicos y orgánicos (Agroindustria, limpieza, otros)</i>	29.800	0,0001	1
<i>Productos farmacéuticos. (Medicina natural, vitamínicos, otros)</i>	31.400	0,0007	3
<b>TOTALES</b>	<b>496.000</b>	<b>0,0013</b>	<b>10</b>

*Fuente: Servicios de rentas internas (SRI – 2023) – INEC (2024) - Adaptación: Autor*

### **Cálculo de la muestra**

“La muestra se determinó empleando el muestreo no probabilístico por conveniencia; que según Vehovar, Toepoel, y Steinmetz, (2016), es aquel donde la muestra se elige de acuerdo con la conveniencia de investigador, es decir le permite seleccionar aleatoriamente cuántos sujetos de estudio pueden ser tomados en cuenta, de acuerdo con el acceso que se tenga a la misma. Por tanto, en función de la inferencia estadística realizada, según los datos entregados por el Servicio de Rentas Internas (2023), la muestra es de 10 emprendimientos juveniles, considerados así por haber sido creados por personas en edades de 18 a 29 años, (jóvenes, según el INEC) dedicados a la importación de productos chinos en Manta”.

### **Tabla 3.**

Listado de emprendimientos juveniles

<b>RUC</b>	<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>ACTIVIDAD COMERCIAL</b>
<b>0101228666001</b>	BRAVO CEDILLO ARSECIO SALVADOR	VENTA DE ARTÍCULOS DE PORCELANA, CRISTALERÍA, PLÁSTICO, ETCÉTERA; ARTÍCULOS ORNAMENTALES; CUBERTERÍA, DESECHABLES.
<b>0601774821001</b>	BRITO DILLON EDUARDO VINICIO	VENTA DE COMPUTADORAS DE ESCRITORIO, PORTÁTILES, UNIDADES DE MEMORIA USB Y OTROS DISPOSITIVOS DE ALMACENAMIENTO, TECLADOS, RATONES, PALANCAS DE MANDO Y BOLAS RODANTES.
<b>0901753194001</b>	LOVATO PALACIOS BAKUNIN	INSTALACIÓN DE SISTEMAS DE ILUMINACIÓN, SISTEMAS DE ALARMA CONTRA INCENDIOS, SISTEMAS DE ALARMA CONTRA ROBOS.
<b>0904306008001</b>	RUPERTI ANCHUNDIA JORGE ALBERTO	VENTA DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA
<b>0905217949001</b>	MENENDEZ SANCHEZ JOSE ALFREDO	VENTA AL POR MAYOR DE ARTÍCULOS DE BAZAR EN GENERAL.
<b>0905296877001</b>	VILLEGAS JARAMILLO GALO MARIO	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPOS DE: RADIO, TELEVISIÓN Y ESTEREOFÓNICOS, REPRODUCTORES Y GRABADORES DE CD Y DVD EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.
<b>0906748421001</b>	SALINAS GARCES WILSON ALEJANDRO	VENTA AL POR MAYOR DE LENCERÍA PARA EL HOGAR CORTINAS, VISILLOS, MANTELERÍA, TOALLAS Y DIVERSOS ARTÍCULOS DOMÉSTICOS.
<b>0906868203001</b>	SEME CEDEÑO LUIS HOMERO	VENTA AL POR MENOR DE RELOJES Y JOYAS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.
<b>0910420066001</b>	BURGOS VEGA	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPOS DE

	EDUARDO ESTUARDO	TELECOMUNICACIONES: CELULARES, TUBOS ELECTRÓNICOS, ETCÉTERA. INCLUYE PARTES Y PIEZAS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.
<b>0991074627001</b>	SANTANA JOZA ALBERTO ISAAC	VENTA AL POR MAYOR DE DIVERSOS PRODUCTOS SIN ESPECIALIZACIÓN.

**Fuente:** (Servicio de Rentas Internas (SRI, 2023).

### **Técnica e instrumento**

En el instrumento se operacionalizó las variables bosquejando una encuesta diseñada con 30 preguntas, soportados con 5 dimensiones de estudio, (Crecimiento de Importaciones, Desarrollo económico local, Políticas comerciales y regulaciones), estructurado en escala de Likert con 5 niveles. De la misma manera, al recabar los datos se ingresarán al software estadístico SPSS para obtener la fiabilidad de este.

### **Hipótesis de la investigación Hipótesis general**

La importación de productos chinos incide en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

#### **Hipótesis específicas**

- El crecimiento de importaciones incide en el crecimiento del ecosistema emprendedor en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.
- El crecimiento de importación incide en la innovación y adopción tecnológica en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.
- El desarrollo económico local incide en el crecimiento del ecosistema emprendedor en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.
- El desarrollo económico local incide en la innovación y adopción tecnológica en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.
- Las políticas comerciales y regulaciones inciden en el crecimiento del ecosistema emprendedor en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

- Las políticas comerciales y regulaciones inciden en innovación y adopción tecnológica en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### Resultados

La recolección de datos se realizó mediante una encuesta en escala de Likert a los 10 emprendimientos juveniles de Manta que importan productos chinos. A través del programa estadístico SPSS, se pudo obtener la fiabilidad del instrumento que, de acuerdo con el coeficiente Alfa de Cronbach, es de 0,974, para los 30 ítems, permitiendo su aplicabilidad.

**Tabla 4.**

Confiabilidad de Alfa de Cronbach

Alfa Cronbach	de N de elementos
,974	30

*Fuente: Programa estadístico SPSS/27*

### Hipótesis general

Hipótesis nula (H0): La importación de productos chinos NO incide en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

Hipótesis alterna (H1): La importación de productos chinos SI incide en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

**Tabla 5:**

Prueba de hipótesis general Rho- Spearman

Importación productos chinos	Desarrollo del emprendimiento o juvenil
Coficiente de	1,000
	,532**

Rho de	Importación productos chinos.	correlación		
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	10	10
Spearman	Desarrollo del emprendimiento juvenil	Coefficiente de correlación	,532**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	10	10

**Fuente:** Programa estadístico SPSS/27

En los resultados se demuestra una significancia bilateral de 0.01 y un coeficiente de correlación de  $p=0,532$ , es decir hay una moderada relación entre las variables principales de estudio. Permitiendo rechazar aceptar la alternativa (H1).

**Hipótesis específica 1:**

Hipótesis nula (H0): El crecimiento de importaciones NO incide en el crecimiento del ecosistema emprendedor en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

Hipótesis alterna (H1): El crecimiento de importaciones SI incide en el crecimiento del ecosistema emprendedor en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

**Tabla 6:**

Prueba de hipótesis específica 1 Rho-Spearman

Rho de	Crecimiento de Importaciones	Coefficiente de correlación	1,000	Crecimiento del ecosistema emprendedor	,647**
		Sig. (bilateral)	.		,000
		N	10		10
Spearman		Coefficiente de correlación	,647**		1,000

Crecimiento del ecosistema emprendedor	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	10	10

**Fuente:** Programa estadístico SPSS/27

Se demuestran una significación bilateral de 0.01 y un coeficiente de “Rho de Spearman” de  $p=0,647$ , estableciendo de acuerdo al baremo de medición, una moderada correlación entre las dimensiones estudiadas, lo que permite afirmar la hipótesis (H1).

**Hipótesis específica 2:**

Hipótesis nula (H0): El crecimiento de importación NO incide en la innovación y adopción tecnológica en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

Hipótesis alterna (H1): El crecimiento de importación SI incide en la innovación y adopción tecnológica en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

**Tabla 7:**

Prueba de hipótesis específica 2 Rho- Spearman

Crecimiento de Importación			Innovación y adopción tecnológica	
		1,000	,584**	
Rho de Spearman	Crecimiento de Importación	Coeficiente de correlación	,000	
		Sig. (bilateral)	10	
	Innovación y adopción tecnológica	Coeficiente de correlación	,584**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
	N	10	10	

**Fuente:** Programa estadístico SPSS/27

De acuerdo con los resultados, se observa una significancia bilateral de 0.01 y un coeficiente de correlación de “Rho de Spearman”  $p=0,584$ , afirmando la hipótesis (H1) con una moderada correlación entre las dimensiones estudiadas.

**Hipótesis específica 3:**

Hipótesis nula (H0): El desarrollo económico local NO incide en el crecimiento del ecosistema emprendedor en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

Hipótesis alterna (H1): El desarrollo económico local SI incide en el crecimiento del ecosistema emprendedor en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

**Tabla 8:**

Prueba de hipótesis específica 3 Rho- Spearman

Desarrollo económico local		Crecimiento del ecosistema emprendedor		
Rho de Spearman	Desarrollo económico local	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	,677**
	Crecimiento del ecosistema emprendedor	Coefficiente de correlación	.	,000
		Sig. (bilateral)	10	10
	N		,677**	1,000
			,000	.
			10	10

*Fuente: Programa estadístico SPSS/27*

De acuerdo con los resultados, se demuestra una significancia bilateral de 0.01 y un coeficiente de correlación de  $p=0,677$ , aprobando la hipótesis (H1) con una moderada correlación.

**Hipótesis específica 4:**

Hipótesis nula (H0): El desarrollo económico local NO incide en la innovación y adopción tecnológica en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.



Hipótesis alterna (H1): El desarrollo económico local SI incide en la innovación y adopción tecnológica en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

**Tabla 9:**

Prueba de hipótesis específica 4 Rho- Spearman

Desarrollo económico local			Innovación y adopción tecnológica
Rho Spearman	Desarrollo económico	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,696**
	N	10	10
y	Innovación y adopción tecnológica	Coeficiente de correlación	,696**
		Sig. (bilateral)	,000
	N	10	10

*Fuente: Programa estadístico SPSS/27*

Se observa una significación bilateral de 0.01 y un coeficiente de “Rho de Spearman” de  $p=0,696$ , afirmando la hipótesis (H1), datos que reflejan una moderada correlación.

**Hipótesis específica 5:**

Hipótesis nula (H0): Las políticas comerciales y regulaciones NO inciden en el crecimiento del ecosistema emprendedor en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

Hipótesis alterna (H1): Las políticas comerciales y regulaciones SI inciden en el crecimiento del ecosistema emprendedor en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

**Tabla 10:**

Prueba de hipótesis específica 5 Rho- Spearman

Políticas comerciales y regulaciones		Crecimiento del ecosistema emprendedor		
		1,000	,713**	
Rho de Spearman	Políticas comerciales y regulaciones	Coeficiente de correlación	,000	
		Sig. (bilateral)	10	
	Crecimiento del ecosistema emprendedor	Coeficiente de correlación	,713**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
	N	10	10	

**Fuente:** Programa estadístico SPSS/27

De acuerdo con el baremo de medición, los resultados demuestran un coeficiente de “Rho de Spearman” de  $p=0,713$ , que es una alta correlación, afirmando la hipótesis (H1).

**Hipótesis específica 6:**

Hipótesis nula (H0): Las políticas comerciales y regulaciones NO inciden en innovación y adopción tecnológica en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

Hipótesis alterna (H1): Las políticas comerciales y regulaciones SI inciden en innovación y adopción tecnológica en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.

**Tabla 11:**

Prueba de hipótesis específica 6 Rho- Spearman

			Políticas comerciales y regulaciones	Innovación y adopción tecnológica	
Rho de Spearman	Políticas comerciales y regulaciones	N	Coefficiente de correlación	1,000	,476**
			Sig. (bilateral)	.	,000
	Innovación y adopción tecnológica	N		10	10
			Coefficiente de correlación	,476**	1,000
			Sig. (bilateral)	,000	.
				10	10

**Fuente:** Programa estadístico SPSS/27

Según los resultados obtenidos, se observa una significancia bilateral de 0.01 y un coeficiente de correlación “Rho de Spearman” de  $p=0,476$ , anulando la hipótesis (H0), afirmando la hipótesis (H1). Datos que reflejan una moderada correlación.

## DISCUSIÓN

Implementar estrategias y lineamientos que permitan a los países posicionarse dentro de los mercados internacionales, es una de las principales funciones de un Estados, además de ser acciones que benefician significativamente a sus economías, para así poder nivelar sus indicadores financieros y comerciales, mediante diversos acuerdos o tratados con otros estados, que le permitan alcanzar el crecimiento y desarrollo socio económico. Es así, como el comercio internacional provee una ruta para ampliar las relaciones entre los países, para potencializar la inversión extranjera directa y el intercambio de bienes y servicios, factores que favorecen al sistema empresarial nacional y contribuyen a la generación de empleo. (Perrotti, 2015).

Emprender supone la búsqueda de generación de valor, mediante la creación de una actividad económica por medio de la identificación de nuevos productos, procesos o mercados (Ahmad y Seymour, 2008).

Por ello, cuando los emprendedores desarrollan sus ideas de negocios para satisfacer alguna necesidad, lograr incrementar la productividad y generar fuentes de empleo y a su vez, incrementan valor agregado a la economía. No obstante, la generación de estos emprendimientos depende de forma global de un ecosistema integrado que reúne actitudes personales de los individuos, así como de las condiciones del mercado, el acceso a recursos financieros y de información, además de la intervención de los gobiernos que con la ayuda de programas públicos asisten la formación de entornos propicios que les permiten a los emprendedores encaminen hacia el éxito sus ideas de negocios y adquieran beneficios.

Ecuador es el país latinoamericano con el mayor índice de creación de negocios de la región, de acuerdo con Global Entrepreneurship Monitor (2017), enfocándose mayormente los emprendimientos en actividades de comercio sobre productos y servicios que se venden en el mercado doméstico. Para desarrollar esta actividad, la política pública es un factor clave en el escenario emprendedor ecuatoriano mismo que se ha enfocado en la cimentación de todo un esquema y aparataje que circunscribe normativas, instituciones y programas para suscitar el espíritu emprendedor y el logro de proyectos productivos.

Ante lo antes expuesto, es importante mencionar que, actualmente Ecuador ha direccionado sus políticas en mantener un equilibrio de sus indicadores económicos, intentando enfrentar los distintos cambios que se dan a nivel internacional, y que repercuten en la estabilidad del País. Es por esto, que, con el comercio internacional, en este caso específicamente entre Ecuador y China, se ha querido vigorizar el marco social-económico de ambos países, a través de acciones dirigidas al progreso general.

Debido a los cambios a nivel económico y comercial que ha experimentado Ecuador en los últimos años, surge la necesidad de demandar la adquisición de bienes necesarios no producidos dentro del país, por los cuales se pueda obtener ventajas en la comercialización de los mismos. Es por ello que China se ha convertido en uno de los socios comerciales más importantes para Ecuador, convirtiéndose en un motor que ha promovido el comercio entre las regiones, y que, por la inversión

y adquisición de los numerosos productos que ofrecen ha permitido ayudar a tener un registro favorable en la balanza comercial de la región. (Ellis, 2000).

## CONCLUSIONES

1. A través del software estadístico IBM-SPSS-27, en la hipótesis general, se pudo observar una positiva correlación con “Rho de Spearman” de 0,532, (moderada) pudiendo concluir que, la importación de productos chinos incide en el desarrollo del emprendimiento juvenil de Manta.
2. En cuanto a la hipótesis específica 1, se evidencia una correlación moderada con un “Rho de Spearman” de 0,647, demostrando que, el crecimiento de las importaciones incide en el crecimiento del ecosistema emprendedor del emprendimiento juvenil de Manta.
3. En la hipótesis específica 2, se demuestra una correlación moderada, con “Rho de Spearman” de 0,584, evidenciando que, el crecimiento de las importaciones incide en la innovación y adopción tecnológica del emprendimiento juvenil de Manta.
4. Para hipótesis específica 3, se demuestra una correlación moderada, con “Rho de Spearman” de 0,677, evidenciando que, el desarrollo económico local incide en el crecimiento del ecosistema emprendedor del emprendimiento juvenil de Manta.
5. En cuanto a la hipótesis específica 4, se observa una correlación moderada, con “Rho de Spearman” 0,696, evidenciando que, el desarrollo económico local incide en la innovación y adopción tecnológica del emprendimiento juvenil de Manta.
6. Para la hipótesis específica 5, se demuestra una correlación positiva alta, con “Rho de Spearman” de 0,713, evidenciando que, las políticas comerciales y regulaciones inciden en el crecimiento del ecosistema emprendedor del emprendimiento juvenil de Manta.

7. Para la hipótesis 6, se observa una correlación moderada, con “Rho de Spearman” 0,476, evidenciando que, las políticas comerciales y regulaciones inciden en el inciden en la innovación y adopción tecnológica del emprendimiento juvenil de Manta.

## Referencias

- Angulo, E. (2021). Evolución del concepto de emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. Ed. UAGRM. Bolivia».
- Banco Central del Ecuador (2023). Informe de resultados de Comercio Exterior.
- Banco Mundial (2016). Desarrollo económico local y descentralización.
- Colobon, D., y Jiménez, S. (2022). Análisis de las importaciones de vehículos y su impacto económico en las empresas del sector automotriz en Ecuador. Ed. UDG. Ecuador.
- El Comercio Mundial en 2015 - 2016. Examen Estadístico del Comercio Mundial 2016. (16 de 10 de 2019).
- Ellis, P. (2000). Social ties and foreign market entry. *Journal of international business studies*. 3 (3).
- Federación Ecuatoriana de Exportadores. (2023). Boletín Técnico Trimestral de Comercio Exterior. FEDEXPOR.
- GEM, C. (2017). Global Entrepreneurship Monitor-Ecuador 2017.
- Hernández, S., y Mendoza, C. (2018). Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: 1ra. Edición. Editorial McGRAW – HILL. pp.1-751.
- Huamán, D., Lozano, B., y Félix, J. (2015). Emprendimiento juvenil. *Revista Lidera*. (10). 120». <https://revistas.pucp.ed.pe/index.php/revistalidera/view/1824>
- Instituto de Capacitación y Estudios para el Desarrollo Local (2011). Elementos básicos para el desarrollo económico local. Ed. ICEDL, Argentina.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2023). Censo Ecuador 2022. Ed. INEC. Ecuador». <https://censoecuador.ecudatanalytics.com/>
- Kobylinska, U., y Lavios, J. (2020). Development of research on the university entrepreneurship ecosystem: trends and areas of interest of researchers base on a systematic review of literature. *Oeconomia Copernicana*, 11(1), 117-133. <https://doi.org/10.24136/oc.2020.005>»
- Mazo, E. (2014). China es ya la Primera Potencia Mundial. *Expansión.com*.

- Ministerio de Economía y Finanzas del Ecuador (2023). Comercio exterior. Ed. MEF. Ecuador.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador (2023). Ed. MPCEIP. Ecuador.
- Perrotti, D. (2015). La República Popular de China y América Latina: Impacto del Crecimiento Económico Chino en las Exportaciones Latinoamericanas. Revista Cepal 116. Agosto 2015.
- Prieto, P. (2023), El impacto de los tejidos inteligentes en la industria textil tradicional. Ed. BCE. Ecuador.
- Rodríguez, A. (2009) Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pensamiento y Gestión, 26, 94-119.
- Ruiz, R. (2024). Alcances de la política comercial. Ed. S&F. México.
- Servicio de Rentas Internas (2022). Censo poblacional 2022. E. SRI. Ecuador.
- SENAE. (2023). Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.
- SENAE. (2014). Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.
- Schumpeter, J. (1934). The theory of economic development. Ed. Harvard University. USA.
- SRI. (2024). Registros del Servicios de Rentas Internas de Manta.
- Vehovar V, Toepoel V, Steinmetz S. Non-probability sampling. In: Wolf C, Joye D, Smith T W, Fu Y, et al, editors. (2016). The Sage handbook of survey methods. Vol 1. 1ed. UK: SAGE Publication Ltd; 2016. p. 329-45.