

**FRANQUICIA VS. EMPRENDIMIENTO: FACTORES ASOCIADOS AL INTERÉS POR
ADOPTAR EL MODELO DE FRANQUICIA EN EMPRENDEDORES ECUATORIANOS**
**FRANCHISE VS. ENTREPRENEURSHIP: FACTORS ASSOCIATED WITH THE
INTEREST IN ADOPTING THE FRANCHISE MODEL AMONG ECUADORIAN
ENTREPRENEURS**

Autores: ¹Lisbeth Lucía Núñez Alvarado, ²Luis Eduardo Nájera López y ³Ivanna Karina Sánchez Montero.

¹ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-8039-311X>

²ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-8318-2171>

³ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0029-6265>

¹E-mail de contacto: lisbethnunez@uti.edu.ec

²E-mail de contacto: lenajeral@ejercito.mil.ec

³E-mail de contacto: ivannasanchez@uti.edu.ec

Afiliación: ^{1*2*}Universidad Tecnológica Indoamérica, (Ecuador).

Artículo recibido: 15 de Septiembre del 2026.

Artículo revisado: 2 de Octubre del 2026.

Artículo aprobado: 2 de Octubre del 2026.

¹Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, graduada de la Universidad Técnica de Ambato, (Ecuador). Cuenta con 12 años de experiencia profesional. Maestrante en Administración de Empresas, mención en Innovación y Dirección Estratégica, en la Universidad Tecnológica Indoamérica, (Ecuador).

²Ingeniero Mecánico, graduado de la Escuela Politécnica del Ejército, (Ecuador). Cuenta con 28 años de experiencia profesional. Maestrante en Diseño y Gestión de Proyectos Tecnológicos en la Universidad Internacional de La Rioja – UNIR, (España).

³Ingeniera en Administración de Empresas, graduada de la Universidad Central del Ecuador, (Ecuador). Máster en Dirección y Administración de Empresas (MBA), graduada de la Universidad de La Rioja, (España). Máster en Dirección Comercial y Marketing, graduada del Real Centro Universitario Escorial María Cristina, (España). Docente e investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Negocios de la Universidad Tecnológica Indoamérica, sede Quito, (Ecuador), con más de 11 años de experiencia profesional y académica.

Resumen

Los factores perceptuales y cognitivos pueden contribuir a comprender la disposición de los emprendedores hacia alternativas estructuradas de expansión empresarial. En Ecuador, el crecimiento del sistema franquiciador coexiste con un ecosistema emprendedor de alta actividad, caracterizado por una elevada proporción de emprendimientos impulsados por necesidad, por lo que resulta imperativo comprender los factores asociados al interés por adoptar este modelo de negocio. El presente estudio analiza la asociación entre estos factores y la intención de adoptar el modelo de franquicia como alternativa de desarrollo. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño correlacional, no experimental y de corte transversal. La información se obtuvo mediante una encuesta estructurada con escala Likert de cinco puntos, aplicada a una muestra intencional de emprendedores, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico que combinó criterios intencionales y de conveniencia. La

confiabilidad del instrumento se evaluó mediante el coeficiente alfa de Cronbach y las asociaciones entre variables se determinaron utilizando el coeficiente de correlación de Pearson y Spearman. Los resultados evidenciaron correlaciones positivas y significativas entre la intención de adoptar una franquicia y la rentabilidad, la estabilidad, el crecimiento, el riesgo percibido, la satisfacción con el negocio y el conocimiento sobre el sistema franquiciador. Los hallazgos sugieren que la intención de franquiciar coexiste con valoraciones favorables del desempeño empresarial, mayores niveles percibidos de riesgo e incertidumbre y un conocimiento todavía limitado sobre el sistema de franquicias.

Palabras clave: **Emprendimiento, Franquicia, Intención de franquiciar, Conocimiento, Riesgo percibido.**

Abstract

Perceptual and cognitive factors can contribute to understanding entrepreneurs' disposition toward structured business expansion

alternatives. In Ecuador, the growth of the franchising system coexists with a highly active entrepreneurial ecosystem, characterized by a high proportion of necessity-driven ventures, making it imperative to understand the factors associated with interest in adopting this business model. This study analyzes the association between these factors and the intention to adopt the franchise model as a development alternative. The research was conducted under a quantitative approach, with a correlational, non-experimental, cross-sectional design. The information was obtained through a structured survey with a five-point Likert scale, applied to an intentional sample of entrepreneurs, selected through non-probability sampling that combined purposive and convenience criteria. Instrument reliability was assessed using Cronbach's Alpha coefficient, and associations between variables were determined using Pearson's and Spearman's correlation coefficients. The results showed positive and significant correlations between franchise adoption intention and profitability, stability, growth, perceived risk, business satisfaction, and knowledge of the franchising system. The findings suggest that franchising intention coexists with favorable assessments of business performance, higher perceived levels of risk and uncertainty, and still-limited knowledge of the franchising system. The correlational design and non-probability sampling preclude establishing causality and limit the generalizability of the results.

Keywords: Entrepreneurship, Franchise, Franchising intention, Knowledge, Perceived risk.

Sumário

Os fatores perceptivos e cognitivos podem contribuir para compreender a disposição dos empreendedores para alternativas estruturadas de expansão empresarial. No Equador, o crescimento do sistema de franquias coexiste com um ecossistema empreendedor de elevada atividade, caracterizado por uma alta proporção de empreendimentos motivados pela necessidade, tornando necessário compreender os fatores associados ao interesse em adotar

esse modelo de negócio. O estudo analisa a associação entre esses fatores e a intenção de adotar o modelo de franquia como alternativa de desenvolvimento. A pesquisa foi realizada sob uma abordagem quantitativa, com desenho correlacional, não experimental e transversal. As informações foram obtidas por meio de um questionário estruturado com escala Likert de cinco pontos, aplicado a uma amostra intencional de empreendedores, selecionados mediante amostragem não probabilística que combinou critérios intencionais e de conveniência. A confiabilidade do instrumento foi avaliada pelo coeficiente alfa de Cronbach, e as associações entre variáveis foram determinadas pelos coeficientes de correlação de Pearson e Spearman. Os resultados evidenciaram correlações positivas e significativas entre a intenção de adotar uma franquia e a rentabilidade, a estabilidade, o crescimento, o risco percebido, a satisfação com o negócio e o conhecimento sobre o sistema de franquias. Os achados sugerem que a intenção de franquear coexiste com avaliações favoráveis do desempenho empresarial, maiores níveis percebidos de risco e incerteza e um conhecimento ainda limitado sobre o sistema de franquias. O desenho correlacional e a amostragem não probabilística impedem estabelecer causalidade e limitam a generalização dos resultados.

Keywords: Entrepreneurship, Franchise, Franchising intention, Knowledge, Perceived risk.

Introducción

El emprendimiento constituye un mecanismo relevante para la creación de empresas y la generación de empleo, mientras que el sistema de franquicias representa una modalidad de organización empresarial que permite estructurar y replicar modelos de negocio. Desde la perspectiva de la gestión estratégica, la innovación en los modelos de negocio constituye un elemento relevante para la creación y captura de valor (Amit y Zott, 2020). En este contexto, el franquiciamiento puede analizarse como una alternativa de expansión

para emprendimientos que buscan desarrollar estructuras comerciales y organizativas susceptibles de replicación.

Durante las últimas décadas, el emprendimiento ha adquirido un papel central en la dinámica económica. La literatura clásica vincula el emprendimiento con la innovación y el cambio económico (Schumpeter, 1912/1944). Complementariamente, Baumol (1996) destaca que los efectos económicos de la actividad emprendedora dependen de los incentivos que orientan su utilización hacia actividades productivas, improductivas o destructivas. Estudios recientes también destacan su aporte a la generación de empleo y al fortalecimiento de las capacidades productivas regionales (Audretsch et al., 2021; Szerb et al., 2019).

En América Latina, el emprendimiento cumple además una función social importante. Las altas tasas de informalidad laboral y la limitada capacidad del sector público para absorber mano de obra impulsan a muchas personas a crear negocios propios como alternativa de subsistencia (Kantis et al., 2020). En este contexto, el emprendimiento por necesidad supera con frecuencia al emprendimiento por oportunidad. Ecuador refleja esta dinámica. El informe Global Entrepreneurship Monitor indica que la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana alcanza el 29,63 %, lo que equivale a aproximadamente 5,4 millones de adultos involucrados en la creación o gestión de negocios, sin embargo, cerca del 91,5 % de los emprendimientos surge por necesidad.

La mayoría de los negocios se concentra en sectores de consumo, con baja incorporación tecnológica y escasa capacidad de crecimiento. Este escenario revela limitaciones estructurales como acceso restringido a financiamiento, débil transferencia de conocimiento e inestabilidad

institucional (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2026). Frente a este panorama, el modelo de franquicias puede considerarse una alternativa estructurada de expansión empresarial sustentada en la estandarización, la replicabilidad del negocio y la transferencia de conocimientos operativos (Santos, 2017; Porras, 2020).

En el contexto ecuatoriano, Andrade (2023) aborda la franquicia como una estrategia de expansión; no obstante, su implementación requiere evaluar las oportunidades de mercado, las necesidades de capital, el control de calidad y la gestión contractual. Desde principios del siglo XXI, el fenómeno de la expansión de franquicias y el auge del emprendimiento en América Latina, contribuyen a que Ecuador continúe con la tendencia y experimente un crecimiento constante. Este proceso ha sido impulsado por factores como la globalización, la apertura comercial y el fortalecimiento de las economías locales que han favorecido la llegada y desarrollo de modelos de negocio exitosos originarios de mercados más maduros, adaptados a las particularidades culturales y económicas de la región (Andrade, 2023).

El mercado de franquicias en Ecuador ha mostrado una evolución sostenida durante los últimos años. En el 2025 se estimaron aproximadamente 553 marcas activas y alrededor de 12.500 unidades de negocio, el sector genera cerca de 100.000 empleos directos y 200.000 indirectos con una inversión inicial que oscila entre 10.000 y 80.000 dólares, mientras que las regalías se sitúan entre el 2 % y el 15 % de la facturación y períodos de retorno estimados de 20 a 24 meses (ICEX España Exportación e Inversiones [ICEX], 2025). Estas características posicionan al modelo de franquicia como una opción relevante dentro del ecosistema empresarial ecuatoriano. La

convivencia con un ecosistema emprendedor con alta actividad, pero baja sofisticación, y un mercado de franquicias en proceso de consolidación plantea un problema relevante de investigación. Mientras muchos emprendedores ecuatorianos operan negocios independientes con alto riesgo y escaso crecimiento, el modelo de franquicia permanece subutilizado como alternativa empresarial. Esta brecha no depende solo del acceso al capital, sino también de la evaluación que el emprendedor realiza de su negocio, de su conocimiento sobre el sistema de franquicias y de la percepción de sus ventajas frente al emprendimiento independiente.

Esta situación plantea un problema de investigación: ¿qué factores están vinculados al interés de los emprendedores ecuatorianos por adoptar el modelo de franquicia en lugar de continuar con emprendimientos independientes? A pesar del avance en el estudio del fenómeno franquiciador, aún no existe claridad sobre los factores vinculados al interés de los emprendedores ecuatorianos por adoptar el modelo de franquicia. La evidencia empírica en el país es limitada y no explica cómo las condiciones del contexto ecuatoriano como la dolarización, la informalidad y el desarrollo moderado del mercado de franquicias interactúan con las motivaciones del emprendedor. Esta ausencia de estudios dificulta el diseño de estrategias efectivas para promover la adopción del modelo tanto desde la política pública como desde las redes de franquicia.

El objetivo de esta investigación consiste en identificar los factores perceptuales y cognitivos que se relacionan con el interés de los emprendedores por adoptar el modelo de franquicia, entendido en el contexto del estudio como una alternativa estratégica para el desarrollo y potencial expansión de sus

emprendimientos. La investigación propone contrastar si la intención de franquiciar surge de la necesidad o fracaso de su emprendimiento actual o, por el contrario, depende del éxito u oportunidad que brinda el modelo de negocio. El documento se organiza en cinco secciones, primero presenta la introducción y el contexto del estudio, segundo desarrolla el marco metodológico, tercero se exponen los resultados, finalmente se muestra la discusión y conclusiones.

Materiales y Método

La investigación se fundamenta en un enfoque cuantitativo con orientación postpositivista, paradigma que permite el examen de relaciones entre variables observables mediante la medición empírica y el tratamiento estadístico de los datos. (Creswell y Creswell, 2023). El diseño es de carácter no experimental, transversal y correlacional, esta estructura metodológica fue seleccionada por su pertinencia para analizar, en un momento único en el tiempo y sin manipulación deliberada de las variables, la asociación entre los factores perceptuales y cognitivos del emprendedor y su intención de adoptar el modelo de franquicia en el contexto ecuatoriano.

La población del estudio está compuesta por 12.443 emprendedores sin restricción de sector económico o tamaño empresarial que participan en programas de fortalecimiento de emprendimientos productivos impulsados por el (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha [GADPP], 2025), sin embargo, el grupo accesible de estudio corresponde a 106 emprendedores participantes en el evento de Capacitación” Claves Estratégicas para acceder a mercados Internacionales”. La ausencia de un registro de emprendedores impide el uso de un marco muestral probabilístico. Por esta razón, la

investigación utiliza un muestreo no probabilístico que combinó criterios intencionales al permitir seleccionar participantes que poseen experiencia directa con el fenómeno analizado (Barraza, 2021), y por otra parte el criterio de conveniencia estuvo relacionado con la accesibilidad de los participantes y su disposición voluntaria para responder el cuestionario, por lo tanto, la muestra final estuvo integrada por 70 emprendedores para el análisis propuesto. Debido a la naturaleza no probabilística del procedimiento de selección, los resultados permiten examinar las asociaciones entre las variables analizadas dentro de la muestra objeto de estudio, sin que ello implique su generalización estadística al conjunto de emprendedores ecuatorianos.

Para la recolección de información primaria se diseñó un cuestionario estructurado, administrado mediante plataformas digitales a una red de emprendedores de los programas de la Prefectura de Pichincha del 31 de marzo al 3 de abril del 2026. El instrumento se organizó en bloques temáticos destinados a evaluar las dimensiones de desempeño del negocio (rentabilidad, estabilidad y crecimiento), riesgo percibido, satisfacción con el emprendimiento independiente, conocimiento del modelo de franquicia e intención de adopción. Las variables se midieron con una escala Likert de cinco puntos, donde el valor uno representa “Totalmente en desacuerdo” y el valor cinco “Totalmente de acuerdo” (Machuca et al., 2023).

La validez de contenido fue evaluada mediante un juicio de expertos integrado por dos docentes del área de administración, quienes revisaron la pertinencia, claridad y coherencia de los 14 ítems. Para efectos operacionales, la intención de adoptar el modelo de franquicia (IF) se

evaluó mediante dos ítems relacionados con el interés por convertir el emprendimiento propio en una franquicia y la disposición a invertir en el desarrollo de este modelo empresarial.

El procesamiento de los datos se realizó con el software SPSS y comprendió tres etapas: En primer lugar, se evaluó la fiabilidad del instrumento mediante el coeficiente alfa de Cronbach, en segundo lugar, se efectuó un análisis descriptivo basado en el cálculo de medias para caracterizar las percepciones predominantes en cada dimensión. Se desarrolló un análisis inferencial mediante el coeficiente de correlación de Pearson para estimar la asociación entre variables compuestas, de forma complementaria, se aplicó el coeficiente de correlación de Spearman como prueba de robustez, con el propósito de contrastar la consistencia de las relaciones identificadas mediante Pearson, verificando que las asociaciones entre los factores perceptuales, cognitivos y la intención de franquiciar mantuvieran la misma dirección y relevancia estadística.

Resultados y Discusión

La muestra estuvo conformada por 70 emprendedores ecuatorianos, principalmente adultos en edad económicamente activa, con predominio de los rangos de 25–54 años. Esta composición evidencia la participación de emprendedores con distintos niveles de madurez personal y experiencia empresarial, lo que permite aportar criterios relevantes para analizar la gestión, la sostenibilidad y la proyección de sus negocios.

En cuanto a la permanencia, se identificó una combinación de emprendimientos consolidados, especialmente aquellos con siete o más años de operación, y negocios emergentes con menor tiempo en el mercado, lo

que posibilita observar diversas apreciaciones frente a la expansión, resiliencia empresarial y la posible adopción del modelo de franquicia. El perfil productivo y organizacional se concentra principalmente en actividades de alimentos y bebidas, seguidas por el comercio y los servicios; fabricación, tecnología y otros

sectores tuvieron menor representación. En cuanto al tamaño empresarial, predominan las microempresas, especialmente aquellas con entre dos y cinco trabajadores; en menor proporción se observaron negocios unipersonales y emprendimientos con más de cinco empleados.

Tabla 1. Caracterización sociodemográfica y empresarial de la muestra.

Variable	Categoría	N	%
Edad	18–24 años	2	2,9%
	25–34 años	19	27,1%
	35–44 años	18	25,7%
	45–54 años	20	28,6%
	55 años o más	11	15,7%
	Total	70	100,0%
Antigüedad del emprendimiento	Menos de 1 año	7	10,0%
	1–3 años	23	32,9%
	4–6 años	13	18,6%
	7 años o más	27	38,6%
	Total	70	100,00%
Sector económico	Alimentos y bebidas	31	44,3%
	Comercio	13	18,6%
	Servicios	13	18,6%
	Manufactura	4	5,7%
	Tecnología	2	2,9%
	Otros	7	10,0%
	Total	70	100,0%
Tamaño empresarial	1 persona	12	17,1%
	2–5 personas	49	70,0%
	6–10 personas	5	7,1%
	Más de 10 personas	4	5,7%
	Total	70	100,0%
Condición del negocio	Familiar	48	68,6%
	No familiar	22	31,4%
	Total	70	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, la mayoría de los casos se identifican como unidades de negocio familiares. En conjunto, estos resultados describen un perfil de emprendimientos de pequeña escala, con estructuras operativas simples y distintos niveles de consolidación, aspectos relevantes para evaluar su capacidad de replicación, su formalización y su disposición hacia la franquicia como estrategia de crecimiento. La fiabilidad del instrumento se

validó de manera independiente para cada una de las siete dimensiones mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos para los 14 ítems oscilaron entre 0,886 y 0,972, los cuales permiten afirmar que las dimensiones consideradas presentan una elevada coherencia estadística y respalda metodológicamente la estructura del cuestionario para el análisis de las percepciones asociadas a la intención de franquiciar.

Tabla 2. Confiabilidad del instrumento (Alpha de Cronbach)

Dimensión	Alfa de Cronbach	N de elementos
RP	0,944	2
ES	0,886	2
CR	0,920	2
RI	0,920	2
SA	0,961	2
CF	0,972	2
IF	0,959	2

Fuente: Elaboración propia.

A fin de describir la percepción de los emprendedores respecto a las dimensiones analizadas, se calcularon los promedios obtenidos para cada uno de los ítems del cuestionario. La Tabla 3 presenta los resultados descriptivos correspondientes a las siete

dimensiones evaluadas: rentabilidad del negocio, estabilidad, crecimiento empresarial, percepción del riesgo, satisfacción con el emprendimiento, conocimiento sobre franquicias e intención de adoptar el modelo de franquicia.

Tabla 3. Resultados descriptivos por dimensiones del estudio.

Dim.	Ítem	Enunciado	Promedio ($\bar{x}$)
Sección B · Rentabilidad del negocio (RP)			3,80
RP	RP1	Su emprendimiento genera ganancias suficientes para mantenerse en el mercado.	3,86
RP	RP2	Su negocio mantiene un nivel de liquidez adecuado para cubrir sus operaciones y compromisos.	3,73
Sección C · Estabilidad del negocio (ES)			3,97
ES	ES1	¿Su emprendimiento tiene estabilidad en el mercado, logrando mantenerse frente a cambios económicos?	3,63
ES	ES2	¿Considera que su negocio tiene buenas posibilidades de mantenerse a largo plazo?	4,30
Sección D · Crecimiento empresarial (CR)			4,03
CR	CR1	¿En los últimos años, su emprendimiento ha mostrado crecimiento en ventas, clientes o participación de mercado?	4,09
CR	CR2	¿Su negocio cuenta con condiciones operativas y comerciales para crecer de manera sostenida?	3,97
Sección E · Percepción del riesgo (RI)			3,08
RI	RI1	¿Su emprendimiento enfrenta altos niveles de riesgo?	3,09
RI	RI2	¿Existe incertidumbre en el desarrollo de su emprendimiento?	3,06
Sección F · Satisfacción con el emprendimiento (SA)			4,00
SA	SA1	¿Está satisfecho con el desempeño actual de su emprendimiento?	4,06
SA	SA2	¿Su emprendimiento cumple con las expectativas que tenía al iniciarlo?	3,94
Sección G · Conocimiento sobre franquicias (CF)			3,03
CF	CF1	¿Conoce cómo funciona una franquicia?	3,13
CF	CF2	¿Conoce cuáles son los beneficios de las franquicias?	2,93
Sección H · Intención hacia la franquicia (IF)			3,76
IF	IF1	¿Le interesaría convertir su emprendimiento en una franquicia?	3,84
IF	IF2	¿Estaría dispuesto a invertir en el desarrollo de una franquicia?	3,69
Nota. Datos tomados de la encuesta en formato digital (Google Forms). Elaborado por el Investigador. Los promedios fueron calculados a partir de n = 70 emprendedores.			

Fuente: Elaboración propia.

En los resultados descriptivos, las dimensiones con valoraciones más altas fueron crecimiento empresarial, satisfacción con el emprendimiento y estabilidad del negocio. Esto indica que los emprendedores participantes perciben que sus negocios tienen condiciones favorables de desempeño, permanencia y

proyección. La intención hacia la franquicia presentó una valoración superior al punto medio de la escala, compatible con una disposición favorable hacia este modelo como posible alternativa de expansión. El conocimiento sobre franquicias registró uno de los promedios más bajos, lo que sugiere la existencia de

oportunidades para fortalecer la información disponible sobre su funcionamiento y características. Con el fin de identificar la asociación entre los factores perceptuales y cognitivos del emprendedor y la intención de

adoptar el modelo de franquicia, se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson, mismas que evidenciaron asociaciones positivas, muy altas y estadísticamente significativas entre todas las variables analizadas.

Tabla 4. Matriz de Correlaciones perceptuales.

		Intención Franquiciar (IF)
Rentabilidad Percibida (RP)	Correlación de Pearson	,947**
Estabilidad del Negocio (ES)	Correlación de Pearson	,935**
Crecimiento Empresarial (CR)	Correlación de Pearson	,928**
Riesgo (RI)	Correlación de Pearson	,906**
Satisfacción Emprendimiento (SA)	Correlación de Pearson	,912**
Intención de Franquiciar (IF)	Correlación de Pearson	1

Fuente: Elaboración propia.

En conjunto, los resultados evidencian que los cinco factores perceptuales analizados presentan correlaciones positivas, muy altas ($r > ,90$) y estadísticamente significativas ($p < ,01$) con la intención de adoptar el modelo de franquicia. La rentabilidad percibida ($r = ,947$) y la estabilidad del negocio ($r = ,935$) registraron las asociaciones más fuertes, seguidas por el crecimiento empresarial ($r = ,928$), la satisfacción con el emprendimiento ($r = ,912$) y el riesgo percibido ($r = ,906$). Estos hallazgos sugieren que la intención de franquiciar no responde a un factor aislado, sino a una valoración integral y consistente del

desempeño del negocio, lo que se asocia con una mayor predisposición hacia el modelo de franquicia. Con el propósito de analizar la relación del componente cognitivo, se realizó la correlación entre el conocimiento sobre franquicias y la intención de adoptar este modelo de negocio. La Tabla 5 muestra una correlación positiva, muy fuerte y estadísticamente significativa ($r = 0,924$; $p < 0,001$), lo que indica que los emprendedores con un mayor conocimiento del sistema franquiciador presentan una mayor predisposición a considerar la franquicia como una alternativa de crecimiento empresarial.

Tabla 5. Matriz de Correlación cognitivo.

		Intención de franquiciar (IF)
Conocimiento sobre franquicias (CF)	Correlación de Pearson	,924 **
Intención de franquiciar (IF)	Correlación de Pearson	1

Fuente: Elaboración propia.

Con el propósito de validar la consistencia de los resultados obtenidos y proporcionar una prueba de robustez al análisis inferencial, se aplicó el coeficiente de correlación de Spearman. Esta técnica complementaria permite contrastar las asociaciones identificadas previamente mediante el coeficiente de Pearson, asegurando que la relación entre las dimensiones de desempeño,

riesgo y conocimiento con la intención de franquiciar mantengan la misma dirección y relevancia estadística, considerando que las variables fueron medidas mediante una escala Likert de cinco puntos. Los resultados presentados en la tabla 6 ratifican la existencia de asociaciones positivas, muy altas y estadísticamente significativas ($p < 0,01$) entre todas las dimensiones estudiadas y la intención

de franquiciar. La estabilidad del negocio (0,954), la rentabilidad percibida (0,952) y el conocimiento sobre franquicias (0,947) presentan los vínculos más estrechos con el interés por adoptar este modelo, por lo tanto, al emplear este análisis aporta evidencia de

consistencia y estabilidad de las interdependencias detectadas, confirmando que la dirección y relevancia de las asociaciones son estables frente al método de cálculo estadístico empleado.

Tabla 6. Matriz de Correlación Spearman.

Rho de Spearman			Intención Franquiciar (IF)
	Rentabilidad percibida (RP)	Coefficiente de correlación	,952**
	Estabilidad Negocio (ES)	Coefficiente de correlación	,954**
	Crecimiento Empresarial (CR)	Coefficiente de correlación	,919**
	Riesgo (RI)	Coefficiente de correlación	,911**
	Satisfacción Emprendimiento (SA)	Coefficiente de correlación	,904**
	Conocimiento Franquicia (CF)	Coefficiente de correlación	,947**
	Intención Franquiciar (IF)	Coefficiente de correlación	1,000
			Sig. (bilateral)

Fuente: Elaboración propia.

El hallazgo más relevante del estudio es la correlación muy alta ($r = 0,924$) entre el conocimiento sobre franquicias (CF) y la intención de franquiciar (IF), dimensión que, paradójicamente, registró los promedios más bajos del instrumento (CF1 = 3,13; CF2 = 2,93), situación que da lugar a una brecha de interés latente: los emprendedores muestran alta disposición a adoptar el modelo, pero operan con un conocimiento incompleto o superficial del sistema franquiciador. Esta relación es coherente con la Teoría del Capital Humano, pues sostiene que el conocimiento general mejora la toma de decisiones empresariales y la capacidad para identificar oportunidades (González y Molina, 2022; Caputo et al., 2025), en el ámbito de las franquicias su efecto se manifiesta a través de mecanismos específicos.

El conocimiento técnico sobre la transferencia de *know-how*, la estandarización de procesos y la estructura financiera e institucional del sistema podría permitir al emprendedor reducir la asimetría de información, disminuir la percepción de riesgo y reconocer a la franquicia como una alternativa para superar limitaciones de capital y gestión (Santos, 2017; Porras, 2020). En consecuencia, este conocimiento

constituye una dimensión relevante para comprender el interés de los emprendedores por considerar este modelo empresarial y analizar en futuras líneas de investigación si funciona como un factor que reduce la incertidumbre operativa y favorece la conversión de una predisposición inicial en una intención concreta de adoptar el modelo de franquicia.

El análisis también evidencia asociaciones positivas y estadísticamente significativas entre la rentabilidad (RP), la estabilidad (ES) y el crecimiento empresarial (CR) con la intención de franquiciar, y ponen en evidencia que una valoración favorable del desempeño operativo se asocia con una mayor predisposición hacia esta estrategia de expansión. Esta relación concuerda con la literatura especializada en el sector: la conversión hacia un sistema de franquicias exige como requisito previo que el negocio independiente sea rentable, original y con capacidad demostrada de replicabilidad (Santos Cori, 2017). En esta misma línea, Porras Porras (2020) y Andrade (2023) señalan que la franquicia constituye una estrategia de crecimiento que permite a las empresas con trayectoria consolidada e indicadores positivos de liquidez apalancar su expansión territorial.

En consecuencia, los resultados sugieren que los emprendedores ecuatorianos evalúan la franquicia como un vehículo de escalamiento desde una posición de solidez percibida y no como una respuesta ante el fracaso, si bien debe precisarse que estas correlaciones reflejan una coexistencia de factores y no una relación de causalidad directa."

De manera complementaria, el hallazgo de la satisfacción con el emprendimiento independiente ($SA1 = 4,06$; $SA2 = 3,94$) sugiere que el interés por franquiciar no surge necesariamente de una valoración desfavorable del negocio actual. Este hallazgo puede contextualizarse mediante Stephan et al. (2023), quienes analizan la relación entre el emprendimiento y el bienestar de los emprendedores. Si bien este antecedente no establece una relación directa entre satisfacción y franquiciamiento, permite considerar la experiencia emprendedora como una dimensión relevante para comprender las valoraciones individuales sobre la actividad empresarial. En el presente estudio, la satisfacción con el negocio coexiste con el interés por una posible expansión mediante franquicias, lo que plantea una línea de investigación sobre la relación entre las experiencias empresariales favorables y las aspiraciones de crecimiento.

La percepción del riesgo presentó una asociación positiva, muy alta y estadísticamente significativa con la intención de adoptar el modelo de franquicia. Este hallazgo indica que, en la muestra examinada, una mayor valoración de la incertidumbre y del riesgo en el emprendimiento actual coexiste con una mayor predisposición declarada hacia la estructuración del modelo de franquicias. Desde un enfoque conceptual, la Teoría de las Perspectivas ofrece un marco analítico para comprender cómo los individuos evalúan alternativas bajo escenarios

de incertidumbre; en este sentido, Bonavia Martín y Sogorb Carrera (2020) aportan bases teóricas sobre la toma de decisiones en entornos complejos, si bien su trabajo no constituye evidencia empírica directa sobre la adopción del sistema de franquicias.

La literatura especializada también ha abordado la percepción del riesgo en diversos ámbitos de la actividad emprendedora. Por un lado, Martínez-Cañas et al. (2023) examinan la influencia del riesgo sobre la motivación y la intención emprendedora general, mientras que Mohd Shahren et al. (2024) analizan su impacto en el desempeño del negocio. Aunque estos antecedentes justifican la pertinencia de evaluar el riesgo como variable analítica, sus hallazgos no deben extrapolarse de forma automática a la decisión de transformar una empresa independiente en un sistema franquiciado.

Al respecto, resulta metodológicamente indispensable diferenciar las investigaciones enfocadas en la intención de convertirse en franquiciado, al adquirir un formato comercial de un tercero (Croonen et al., 2022), de aquellas orientadas a la intención de actuar como franquiciador mediante el desarrollo de una red propia a partir de un negocio existente, dado que responden a dinámicas estratégicas y compromisos contractuales sustancialmente distintos.

En el ámbito específico del sistema de franquicias, Pacheco (2025), mediante una investigación cuantitativa realizada con 30 empresarios del sector cafetero de Ensenada-México, identificó los costos iniciales elevados, la incertidumbre respecto a la recuperación de la inversión y la falta de asesoramiento estratégico como barreras percibidas para la implementación del modelo, aun cuando los empresarios manifestaban interés por expandir

sus negocios. Estos hallazgos permiten establecer una distinción conceptual relevante respecto a los resultados de la presente investigación: mientras que el estudio ecuatoriano examina la percepción del riesgo y la incertidumbre asociados con el funcionamiento del emprendimiento independiente, Pacheco analiza principalmente las barreras financieras y las condiciones de viabilidad vinculadas con su transformación en un sistema de franquicias. Por consiguiente, los resultados no constituyen necesariamente evidencia contradictoria, sino que corresponden a dimensiones diferentes del riesgo empresarial y ponen de manifiesto la importancia de considerar las condiciones económicas y estratégicas al analizar la intención de adoptar este modelo.

En consecuencia, la asociación positiva encontrada entre el riesgo percibido y la intención de adoptar el modelo de franquicia constituye un hallazgo que merece exploración adicional. Una posible interpretación es que los emprendedores consideren el franquiciamiento como una alternativa de desarrollo y expansión frente a las condiciones de incertidumbre de sus negocios actuales. Sin embargo, el instrumento utilizado no evaluó directamente el riesgo financiero, contractual y operativo asociado con la implementación de franquicias, por lo que no es posible establecer que los participantes perciban este modelo como menos riesgoso que el emprendimiento independiente. En este sentido, futuras investigaciones podrían incorporar estas dimensiones para profundizar en la comprensión del papel del riesgo en las decisiones de expansión empresarial.

Conclusiones

Los resultados evidencian que la intención de adoptar el modelo de franquicia entre los emprendedores analizados se configura como

un fenómeno multidimensional en el que convergen factores perceptuales y cognitivos. Particularmente, las valoraciones favorables del negocio respecto a rentabilidad, estabilidad, satisfacción y potencial de crecimiento coexistieron con una mayor disposición hacia el franquiciamiento, lo que sugiere que el interés por este modelo también puede presentarse en emprendimientos percibidos favorablemente por sus propietarios y no necesariamente como respuesta predominante a las condiciones empresariales desfavorables, contraria a la hipótesis del estudio.

El conocimiento auto declarado sobre el sistema franquiciador presentó una asociación positiva y estadísticamente significativa con la intención de adopción. Por el contrario, sus puntuaciones descriptivas fueron comparativamente menores que las registradas en otras dimensiones del estudio, lo que permite identificar la conveniencia de profundizar en la comprensión que los emprendedores poseen sobre el funcionamiento, las condiciones y las exigencias del modelo. Desde la perspectiva de la gestión empresarial, estos resultados sugieren la pertinencia de explorar iniciativas de formación y asesoramiento especializado que faciliten una evaluación más informada de las alternativas de expansión, sin asumir que el conocimiento produzca directamente una reducción del riesgo o determine la adopción efectiva de franquicias.

Al mismo tiempo, respecto al riesgo percibido se identificó una asociación positiva con la intención de adoptar el modelo de franquicia. Este hallazgo indica que, en la muestra analizada, mayores percepciones de riesgo e incertidumbre en el emprendimiento actual coexistieron con una mayor disposición declarada hacia el franquiciamiento. Sin embargo, resulta necesario distinguir este

resultado de los riesgos financieros, contractuales y operativos asociados con la implementación de una franquicia, aspectos que no fueron evaluados directamente mediante el instrumento. En consecuencia, la relación observada plantea la necesidad de desarrollar investigaciones que examinen de manera diferenciada ambas dimensiones del riesgo y su posible vinculación con las decisiones de expansión empresarial.

Desde el campo de la administración de empresas y la dirección estratégica, el estudio aporta evidencia empírica sobre la relación entre las percepciones del desempeño empresarial, la satisfacción, el riesgo y el conocimiento del modelo de franquicias. Estos hallazgos pueden contribuir a orientar futuras investigaciones y propuestas de acompañamiento empresarial relacionadas con la evaluación de alternativas de crecimiento. No obstante, la transformación de un emprendimiento independiente en un sistema de franquicias requiere considerar aspectos adicionales, como la estandarización de procesos, la capacidad financiera, la gestión contractual y la viabilidad de replicación del negocio, dimensiones cuya evaluación excede el alcance de la actual investigación.

En síntesis, el presente estudio aporta evidencia sobre un fenómeno escasamente documentado en el contexto latinoamericano, la configuración multidimensional de la intención de franquiciamiento en emprendedores de economías emergentes. Finalmente, la investigación también presenta limitaciones, en primer lugar, al tratarse de un estudio transversal y correlacional, los resultados permiten identificar asociaciones, pero no establecer relaciones causales. En segundo lugar, la muestra no probabilística limita la generalización de los hallazgos a todos los

emprendedores ecuatorianos, por lo que se recomienda ampliar la muestra y aplicar modelos de ecuaciones estructurales o diseños longitudinales que permitan identificar los mecanismos causales de las variables objeto de estudio en futuras líneas de investigación.

Referencias bibliográficas

- Amit, R., & Zott, C. (2020). Business model innovation: How to create value in a digital world. *MIT Sloan Management Review*, 61(2), 40–45.
https://www.exed.hbs.edu/?utm_source=google&utm_medium=paid-search&utm_campaign=competitive-general-mitsloan-global-none-phrase-cross-device
- Andrade, C. (2023). *Las franquicias crean valor como estrategia de expansión en el Ecuador*. Universidad Nacional Autónoma de México.
<https://ru.dgb.unam.mx/items/d42a9605-c6da-449b-a142-72651f555367>
- Audretsch, D., Belitski, M., y Cherkas, N. (2021). Entrepreneurial ecosystems in cities: The role of institutions. *PLoS ONE*, 16(3), Artículo e0247609.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247609>
- Barraza, A. (2021). *Manual de temas nodales de la investigación cuantitativa. Un abordaje didáctico*. Universidad Pedagógica de Durango
https://www.exed.hbs.edu/?utm_source=google&utm_medium=paid-search&utm_campaign=competitive-general-mitsloan-global-none-phrase-cross-device
- Baumol, W. (1996). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Business Venturing*, 11(1), 3–22.
[https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)00014-9](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)00014-9)
- Bonavia, T., y Sogorb, A. (2020). Toma de decisiones emotivas: un análisis desde la teoría de las perspectivas. *Apuntes de Psicología*, 38(1), 51–58.
<http://www.apuntesdepsicologia.es/index.php/revista/article/view/727>
- Caputo, A., Nguyen, V y Delladio, S. (2025). Risk-taking, knowledge, and mindset: unpacking the antecedents of entrepreneurial

- intention . *International Entrepreneurship and Management Journal* , 21 (1). <https://doi.org/10.1007/s11365-024-01064-3>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE.
- Croonen, E., van der Bij, H., Perrigot, R., El Akremi, A., & Herrbach, O. (2022). Who wants to be a franchisee? Explaining individual intentions to become franchisees. *International Small Business Journal*, 40 (1), 90–112. <https://doi.org/10.1177/02662426211013669>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha [GADPP]. (2025). Informe de Rendición de Cuentas 2024.
- González Flores, K. M., y Molina Morejón, V. M. (2022). Fundamentals of human capital and education elements of the entrepreneurship ecosystem. *Cross-Cultural Management Journal*, 24(2), 149–157. <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1193808>
- ICEX España Exportación e Inversiones. (2025). *El mercado de franquicias en Ecuador: resumen ejecutivo*. <https://www.icex.es/content/dam/icex/centro/s/ecuador/documentos/2025/estudio-mercado-franquicias-ecuador-2025-resumen-ejecutivo.pdf>
- Kantis, H., Federico, J., & Ibarra García, S. (2020). *Condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico en América Latina*. PRODEM / UNGS. <https://prodem.ungs.edu.ar>
- Machuca Yaguana, J. A., Aldonado Machuca, M. E. M., & Vences Vences, F. V. (2023). Tratamiento y representación de datos provenientes de escalas tipo Likert. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 736–747. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.6905
- Martínez-Cañas, R., Ruiz-Palomino, P., Jiménez-Moreno, J. J., & Linuesa-Langreo, J. (2023). Push versus Pull motivations in entrepreneurial intention: The mediating effect of perceived risk and opportunity recognition. *European Research on Management and Business Economics*, 29(2), 100214. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2023.100214>
- Mohd Shahren, N., Ayob, M., & Omar, S.bN (2024). The Influence of Perceived Risk on the Performance of the Entrepreneur. *Information Management and Business Review*, 16 (3(I)), 328–338. [https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3\(i\).3864](https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3(i).3864)
- Pacheco, G. M. (2025). El papel de la percepción del riesgo y los factores financieros en la adopción del modelo de franquicia por PyMEs del sector cafetero. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 19(5), e012254. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v19n5-061>
- Porras Porras, C. D. (2020). Crecimiento empresarial mediante modelos de franquicias con respecto a las estrategias tradicionalistas en el sector de alimentos en Colombia [Tesis de maestría, Colegio de Estudios Superiores de Administración - CESA]. Repositorio Institucional CESA. <https://doi.org/10.1177/02662426211013669>
- Santos Cori, R. (2017, 19–21 de junio). *La Franquicia: una opción de crecimiento para la empresa* [Ponencia]. 3er Congreso Internacional de Investigación en Escuelas y Facultades de Negocios, Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, Nuevo León, México <https://doi.org/10.1177/02662426211013669>
- Schumpeter, J. A. (1912/1944). Teoría del desenvolvimiento económico: Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y el ciclo económico (R. de Lucca, Trad.; 1.ª ed. en español). Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 1912). <https://doi.org/10.1177/02662426211013669>
- Stephan, U., Rauch, A., & Hatak, I. (2023). Happy entrepreneurs? Everywhere? A meta-analysis of entrepreneurship and wellbeing. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(2), 553–593. <https://doi.org/10.1177/10422587211072799>



Esta obra está bajo una licencia de
Creative Commons Reconocimiento-No Comercial
4.0 Internacional. Copyright © Lisbeth Lucía
Núñez Alvarado, Luis Eduardo Nájera López y
Ivanna Karina Sánchez Montero.

Declaraciones éticas y editoriales del artículo	
Contribución de los autores (Taxonomía CRediT).	
Lisbeth Lucía Núñez Alvarado: conceptualización de la investigación, diseño metodológico, desarrollo del proceso formal de los datos, redacción del borrador original del manuscrito.	investigativo, análisis
Luis Eduardo Nájera López: organización de los datos, participación en la recolección de información, apoyo en la de investigación y elaboración de herramientas para visualización de los datos.	administración del trabajo
Ivanna Karina Sánchez Montero: orientación metodológica y acompañamiento en el proceso investigativo, revisión científico y supervisión general del estudio.	crítica del contenido
Declaración de conflicto de intereses	
Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con la investigación presentada, la autoría del manuscrito ni la publicación del presente artículo.	
Declaración de financiamiento	
La presente investigación no recibió financiamiento específico de agencias públicas, comerciales o de organizaciones sin fines de lucro. En caso de existir financiamiento institucional o externo, este deberá ser declarado explícitamente por los autores en esta sección.	
Declaración del editor	
El editor responsable certifica que el proceso editorial del presente artículo se desarrolló conforme a los principios de integridad científica, transparencia y buenas prácticas editoriales. El manuscrito fue sometido a un proceso de evaluación mediante revisión por pares doble ciego, garantizando la confidencialidad de la identidad de los autores y revisores durante todo el proceso de dictamen académico. Asimismo, el editor declara que el artículo cumple con los criterios científicos, metodológicos y éticos establecidos por la revista.	
Declaración de los revisores	
Los revisores externos que participaron en la evaluación del presente manuscrito declaran haber realizado el proceso de revisión de manera objetiva, independiente y confidencial. Asimismo, manifiestan que no mantienen conflictos de interés con los autores ni con la investigación evaluada, y que sus observaciones y recomendaciones se fundamentan exclusivamente en criterios científicos, metodológicos y académicos.	
Declaración ética de la investigación	
Los autores declaran que la investigación se desarrolló respetando los principios éticos de la investigación científica, garantizando la confidencialidad de los datos y el respeto a los participantes del estudio. En los casos en que la investigación involucre seres humanos, los procedimientos deben ajustarse a los principios éticos establecidos en la Declaración de Helsinki y a las normativas institucionales correspondientes.	
Declaración sobre el uso de inteligencia artificial	
Los autores declaran que el uso de herramientas de inteligencia artificial, en caso de haberse utilizado durante el proceso de investigación o redacción del manuscrito, se realizó únicamente como apoyo técnico para mejorar la claridad del lenguaje o el análisis de información, manteniendo siempre la responsabilidad intelectual sobre el contenido del artículo. Las herramientas de inteligencia artificial no fueron utilizadas como autoras del manuscrito ni sustituyen la responsabilidad académica de los investigadores.	
Disponibilidad de datos	
Los datos que respaldan los resultados de esta investigación estarán disponibles previa solicitud razonable al autor de correspondencia, respetando las normas éticas y de confidencialidad establecidas por la investigación.	

