



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE ECONOMÍA**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
ECONOMISTA**

**TEMA**

**ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LOS PROPIETARIOS DE  
MICROEMPRESARIOS DE LA CALLE ISIDRO ACURIO Y  
AVENIDA JAIME ROLDÓS DEL CANTÓN MILAGRO, PROVINCIA  
DEL GUAYAS.**

**TUTOR:**

**Mgtr. PAZ MORALES RUBEN DARIO**

**AUTORES:**

**MIRANDA PASTUZO MARCO ELISEO  
NARVAEZ SANTOS JOHNNY ANDRES**

**GUAYAQUIL**

**2023**



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS

**TÍTULO Y SUBTÍTULO:**

Análisis Socioeconómico de los Propietarios de Microemprendimientos de la calle Isidro Acurio y Avenida Jaime Roldós del cantón Milagro, provincia del Guayas.

**AUTOR/ES:**

Miranda Pastuzo Marco Eliseo  
Narváez Santos Johnny Andrés

**REVISORES O TUTORES:****INSTITUCIÓN:**

Universidad Laica Vicente  
Rocafuerte de Guayaquil

**GRADO OBTENIDO:**

Economista

**FACULTAD:**

Ciencias Sociales y Derecho

**CARRERA:**

Economía

**FECHA DE PUBLICACIÓN:**

2023

**N° DE PÁGS.:**

109

**ÁREAS TEMÁTICAS:** Ciencias Sociales y del Comportamiento.

**PALABRAS CLAVE:**

Análisis económico, trabajador independiente, empresa, microeconomía

**RESUMEN:**

Un análisis socioeconómico tiene como finalidad el estudio de un determinado sector, enfocándose en los aspectos sociales y económicos con base en datos obtenidos y ordenados sistemáticamente que permiten determinar y analizar la situación social y económica del estudio. El presente trabajo hizo referencia a la situación socioeconómica de los propietarios de microemprendimientos ubicados en la zona de estudio determinada, mediante una metodología de enfoque mixto que se realizó con una investigación de carácter descriptiva

En este sentido, la presente investigación se centra en los propietarios de los microemprendimientos del cantón Milagro, en donde se pudo observar un bajo nivel socioeconómico.

Este proyecto tuvo como objetivo analizar la situación socioeconómica de los propietarios de los microemprendimientos.

Como resultado se evidenció que a pesar de ser negocios sin una gran estructura organizacional suelen generar ingresos moderados para sus propietarios. No obstante, manejados de manera idónea se puede tener unos ingresos mayores. Además, es necesario que tomen cartas en el asunto y se pueda brindar programas de ayuda a los propietarios de los microemprendimientos para que de esa forma puedan crecer económicamente.

<b>N° DE REGISTRO (EN BASE DE DATOS):</b>	<b>N° DE CLASIFICACIÓN:</b>
---	-----------------------------

**DIRECCIÓN URL (TESIS EN LA WEB):**

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b>	<b>X</b>	<b>NO</b>	
---------------------	-----------	----------	-----------	--

<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> Miranda Pastuzo Marco Eliseo Narváez Santos Johnny Andrés	<b>TELÉFONO:</b> <b>Cell:</b> 0989880460 <b>Cell:</b> 09-60097294	<b>E-MAIL:</b> <b>Email:</b> <a href="mailto:mmirandap@ulvr.edu.ec">mmirandap@ulvr.edu.ec</a> <b>Email:</b> <a href="mailto:Jnarvaezs@ulvr.edu.ec">Jnarvaezs@ulvr.edu.ec</a>
---	---	--

<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Decano:</b> Econ. Diana Almeida Aguilera Mg. <b>Teléfono:</b> 2596500 <b>Ext.:</b> 249 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:dalmeidaa@ulvr.edu.ec">dalmeidaa@ulvr.edu.ec</a> <b>Director/a:</b> Econ. Rosa Salinas Heredia, Mg. <b>Teléfono:</b> 2596500 <b>Ext.:</b> 226 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:rsalinash@ulvr.edu.ec">rsalinash@ulvr.edu.ec</a>
------------------------------------	---

## CERTIFICADO DE SIMILITUD

### Tesis Miranda-Narvaez

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>8</b> %	<b>9</b> %	<b>1</b> %	<b>8</b> %
ÍNDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>www.coursehero.com</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>2</b>	<b>Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD</b> Trabajo del estudiante	<b>1</b> %
<b>3</b>	<b>www.uv.mx</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>4</b>	<b>www.yumpu.com</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>5</b>	<b>www.scielo.org.co</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad Autónoma de Nuevo León</b> Trabajo del estudiante	<b>1</b> %
<b>7</b>	<b>mpra.ub.uni-muenchen.de</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>8</b>	<b>Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC</b> Trabajo del estudiante	<b>1</b> %

Firma:

Tutor: Mgtr. Rubén Darío Paz Morales

C.I.: 0917278012

## DECLARACIÓN DE AUTORÍAS Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados Narváez Santos Johnny Andrés y Miranda Pastuzo Marco Eliseo, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, “Análisis Socioeconómico de los Propietarios de Microemprendimientos de la calle Isidro Acurio y Avenida Jaime Roldós del cantón Milagro, provincia del Guayas”, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor/es



**Firma:**

**Autor:** Miranda Pastuzo Marco Eliseo

**C.I.:** 0943265166

**Firma:**



**Autor:** Narváez Santos Johnny Andrés

**C.I.:**

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “Análisis Socioeconómico de los Propietarios de Microemprendimientos de la calle Isidro Acurio y Avenida Jaime Roldós del cantón Milagro, provincia del Guayas”, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “Análisis Socioeconómico de los Propietarios de Microemprendimientos de la calle Isidro Acurio y Avenida Jaime Roldós del cantón Milagro, provincia del Guayas”, presentado por los estudiantes Narváez Santos Johnny Andrés y Miranda Pastuzo Marco Eliseo como requisito previo, para optar al Título de Economista, encontrándose apto para su sustentación.

**Firma:**

**Tutor: Mgtr. Rubén Darío Paz Morales**

**C.I.: 0917278012**

## **AGRADECIMIENTO**

Dedico este arduo trabajo en primer lugar a Dios por ser mi guía y esperanza en momentos de debilidad y dificultad. A mis queridos padres, que con su ayuda y comprensión son el pilar fundamental en mi vida y metas que me he propuesto.

A mis compañeros y docentes que fueron de gran ayuda y soporte para la información de este trabajo.

NARVAEZ SANTOS JOHNNY ANDRES

## **DEDICATORIA**

Al finalizar esta etapa en mi vida profesional agradezco profundamente a quienes formaron parte e hicieron posible este gran sueño y meta. A lo largo de mi vida he conocido personas de gran corazón y profundos conocimientos que me ayudaron a crecer como persona y como profesional, mis más sinceras gratitudes a todos, por demostrarme día a día que se puede llegar mucho más lejos si es en equipo. Esta mención en especial es para mí Dios, mis queridos padres, familiares, amigos, conocidos, docentes y tutor de tesis. Todos y cada uno de ellos fueron un aporte único en mis estudios, gracias infinitas a todos.

NARVAEZ SANTOS JOHNNY ANDRES

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por siempre protegerme, brindarme de buena salud y darme la fuerza de voluntad para poder cumplir mis metas. Mi agradecimiento entero a mi familia por sus cuidados, por su dedicación y por estar siempre pendiente de mi en cada momento. A mis compañeros, amigos por compartir sus diferentes conocimientos y su apoyo a lo largo de toda esta carrera universitaria.

MIRANDA PASTUZO MARCO ELISEO

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este trabajo en primer lugar a Dios, por permitirme seguir adelante a pesar de todos los obstáculos que hubo en el camino. A mis padres y hermanos por estar siempre conmigo en todo momento ellos son los pilares fundamentales en mi vida y que me guían a ser mejor persona y sobre todo a no rendirme y a mis amigos por cada una de sus palabras de apoyo en lo que duro todo este proceso.

MIRANDA PASTUZO MARCO ELISEO

## RESUMEN

Un análisis socioeconómico tiene como finalidad el estudio de un determinado sector, enfocándose en los aspectos sociales y económicos con base en datos obtenidos y ordenados sistemáticamente que permiten determinar y analizar la situación social y económica del estudio. El presente trabajo hizo referencia a la situación socioeconómica de los propietarios de microemprendimientos ubicados en la zona de estudio determinada, mediante una metodología de enfoque mixto que se realizó con una investigación de carácter descriptiva

En este sentido, la presente investigación se centra en los propietarios de los microemprendimientos del cantón Milagro, en donde se pudo observar un bajo nivel socioeconómico.

Este proyecto tuvo como objetivo analizar la situación socioeconómica de los propietarios de los microemprendimientos.

Como resultado se evidenció que a pesar de ser negocios sin una gran estructura organizacional suelen generar ingresos moderados para sus propietarios. No obstante, manejados de manera idónea se puede tener unos ingresos mayores. Además, es necesario que tomen cartas en el asunto y se pueda brindar programas de ayuda a los propietarios de los microemprendimientos para que de esa forma puedan crecer económicamente.

**Palabras claves:** Análisis económico, trabajador independiente, empresa, microeconomía

## **ABSTRACT**

The present investigation focuses on the owners of micro-enterprises in the Milagro canton, where a lousy socioeconomic level could be observed due to several factors focused on the mismanagement of administrative functions as well as external limitations that prevent their development. The purpose of this project was to analyze the socioeconomic situation of the owners of microenterprises. As part of the research methodology, both qualitative and quantitative were applied because measurable and non-measurable data were handled. Within the main result, it was evidenced that despite being businesses without a large organizational structure, they usually generate moderate income for their owners. However, if managed properly, you can have a higher income. In addition, it is necessary to take action on the matter and be able to provide aid programs to the owners of micro-enterprises so that in this way they can grow economically. Finally, it was concluded that the appropriate strategies for the owners of micro-enterprises in order to increase their socioeconomic level, it was considered to generate talks to all the owners of micro-enterprises for the correct management of resources. in addition to creating an association between all the owners of micro-enterprises.

Keywords: Economic analysis, independent worker, company, microeconomics

## ÍNDICE DE TABLAS

RESUMEN .....	xi
ABSTRACT .....	xii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	2
1 ENFOQUE DE LA PROPUESTA .....	2
1.1 Tema.....	2
1.2 Planteamiento del problema .....	2
1.3 Formulación del problema.....	3
1.4 Objetivo General .....	3
1.5 Objetivo Específicos .....	3
1.6 Idea a Defender .....	4
1.7 Línea de investigación / Facultad.....	4
CAPÍTULO II .....	5
2 MARCO REFERENCIAL.....	5
2.1 Marco Teórico .....	5
2.1.1 Teorías económicas relacionadas con el emprendimiento y los servicios. ....	10
2.1.2 Teoría del emprendimiento según Schumpeter: .....	11
2.1.3 Teoría del emprendimiento según la escuela Austriaca: .....	11
2.1.4 Teoría de la externalización.....	11
2.1.5 Teoría de la producción y consumo de servicios. ....	12

2.1.6	Teoría del Desarrollo Sostenible.....	13
2.1.7	Teoría del valor del trabajo .....	14
2.1.8	Teoría de la producción .....	15
2.1.9	Teoría de Innovación .....	15
2.1.10	Teoría de la creatividad .....	16
2.2	Marco Conceptual.....	16
2.2.1	Microemprendimientos.....	16
2.2.2	FODA - Microemprendimientos. ....	17
2.2.3	Definiciones de Microemprendimientos .....	18
2.2.4	Ventajas y Desventajas de los Microemprendimientos.....	20
2.2.5	Microempresas de subsistencia.....	22
2.2.6	Microempresas de reproducción simple. ....	22
2.2.7	Microempresas de reproducción ampliada .....	22
2.2.8	Microemprendimientos productivos .....	23
2.2.9	Ecosistema emprendedor .....	23
2.2.10	Desarrollo .....	25
2.2.11	Desarrollo socioeconómico.....	26
2.2.12	Desarrollo social .....	26
2.2.13	Desarrollo económico .....	27
2.2.14	Diferencia entre Desarrollo social y Desarrollo económico.....	28
2.2.15	Desarrollo regional.....	28
2.2.16	Desarrollo local .....	29
2.2.17	Ventajas y desventajas del Desarrollo local.....	31
	Fomenta la participación ciudadana en la toma de decisiones.....	31
	Puede generar conflictos por la distribución de recursos y poder. ....	31
	Promueve el uso sostenible de los recursos naturales.....	31

Las políticas locales pueden ser poco coordinadas y generar desigualdades en el desarrollo entre diferentes zonas de la región. ....	31
Genera empleo y mejora la calidad de vida de las comunidades locales.....	31
Puede generar dependencia de los recursos externos, como el turismo o la inversión extranjera. ....	31
2.2.18 Caracterización de los microemprendimientos en la zona de estudio	31
2.2.19 Estudio Socioeconómico.....	34
2.2.20 Diagnóstico .....	35
2.3 Marco Legal .....	35
2.3.1 Constitución de la República del Ecuador .....	35
2.3.2 Ley de economía Popular y Solidaria .....	36
2.3.3 Código de la producción .....	37
2.3.4 Ley de emprendimiento .....	38
2.3.5 Fomento a los emprendimiento y creación de nuevos negocios .....	39
2.3.6 Ley del ambiente .....	40
2.3.7 Plan nacional de desarrollo 2021 – 2025.....	40
CAPÍTULO III .....	42
3 MARCO METODOLÓGICO .....	42
3.1 Enfoque de Investigación:.....	42
3.2 Alcance de Investigación: .....	46
3.3 Técnicas e instrumento para obtener los datos .....	46
3.4 Población y muestra .....	47
3.5 Presentación y análisis de los resultados .....	48
3.5.1 Encuesta de datos generales .....	48
Pregunta 1.- ¿Cuál es su sexo? .....	48
Figura 10.....	48

Pregunta 2.- ¿Cuál es su edad?.....	49
Figura 11.....	49
Pregunta 3.- ¿Cuál es su nivel educativo alcanzado? .....	50
Figura 12.....	50
Pregunta 4.- ¿Cuál es su estado civil? .....	51
Figura 13.....	51
Pregunta 5.- ¿Cuál es su nacionalidad?.....	52
Figura 14.....	52
Pregunta 6.- ¿Cuál es el tipo de negocio en el que está involucrado/a actualmente? .....	53
Figura 15.....	53
3.6    Presentación y análisis de los resultados .....	54
3.6.1    Encuesta.....	54
Pregunta 1.- ¿Qué tiempo tiene en el mercado su microemprendimiento? ...	54
Figura 16.....	54
Pregunta 2.- ¿Cuáles han sido los principales inconvenientes que tiene su microemprendimiento? .....	55
Pregunta 3.- ¿Cómo considera usted la actividad de comercializar de su microemprendimiento? .....	56
Pregunta 4.- ¿Cuánto es su ingreso mensual por las ventas en su microemprendimiento? .....	57
Pregunta 5.- ¿Qué factores considera que ayudarían a mejorar la situación de su microemprendimiento? .....	58
Pregunta 6.- ¿Cómo considera usted la opción de realizar un préstamo bancario para invertir en su microemprendimiento? .....	59

Pregunta 7.- ¿Cuántos miembros de su familia dependen de su microemprendimiento? .....	60
Pregunta 8.- ¿Cuál es el horario que usted dedica a laboral en su microemprendimiento? .....	61
3.6.2    Análisis de resultados de las encuestas. ....	62
3.6.3    Entrevista.....	63
Pregunta 1.- ¿Cuál es el impacto que tiene su microemprendimiento por los efectos de la inseguridad? .....	63
Pregunta 2.- ¿Qué opina usted de realizar una asociación entre todos los microemprendimientos de la zona? .....	63
Pregunta 3.- ¿Por qué cree usted que no ha podido desarrollar su microemprendimiento a lo largo de su tiempo en el mercado? .....	63
3.6.4    Análisis de los resultados de las entrevistas.....	64
CAPÍTULO IV .....	65
4    PROPUESTA.....	65
4.1    Propuesta.....	65
4.1.1    Antecedentes .....	65
4.1.2    Análisis FODA .....	65
4.2    Implementación estratégica .....	66
5    4.3. Plan de Acción Estratégico .....	66
6    4.3. 1. Análisis del entorno .....	66
7    4.3.1.1 Entorno Económico .....	66
8    4.3.1.2 Entorno Social.....	67
9    4.3.1.2 Entorno Tecnológico .....	67
10    4.3.1.4 Entorno Ambiental .....	67

11	4.3.1.4 Entorno Legal .....	67
12	4.3.1.5 Canales De Comunicación .....	68
13	4.3.1.6 Recursos Clave .....	68
14	4.3.1.7 Actividades Clave .....	68
15	4.3.1.8 Socios Clave.....	68
16	4.3.1.9 Ingresos.....	69
17	4.3.2. Indicadores y Objetivos para el Plan de Acción.....	69
18	Tabla 21 .....	69
19	4.3.2.1 Cronograma.....	74
20	4.3.2.1 Acciones estratégicas.....	76
21	4.3.2.3 Estrategias propuestas .....	77
	CONCLUSIONES.....	78
	RECOMENDACIONES .....	79
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	80
	ANEXOS .....	86

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ventajas y Desventajas de los microemprendimientos .....	20
Tabla 2. Diferencias entre desarrollo social y desarrollo económico.....	28
Tabla 3. Ventajas y desventajas del Desarrollo local .....	31
Tabla 4. Justificación y razonamiento para el uso de los métodos mixtos .....	45
Tabla 5. Tiempo laborando .....	54
Tabla 6. Inconvenientes .....	55
Tabla 7. Actividad comercial .....	56
Tabla 8. Presupuesto .....	57
Tabla 9. Factor a considerar .....	58
Tabla 10. Canal de comercialización.....	59
Tabla 11. Miembros familiar .....	60
Tabla 12. Horario .....	61
Tabla 13. Matriz FODA.....	65
Tabla 14. Matriz estratégica .....	66

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Triangulo Invertido .....	10
Figura 2. Matriz FODA .....	17
Figura 3. Tipos de microemprendimientos .....	21
Figura 4. Dominios del ecosistema de emprendimiento.....	24
Figura 5. Actividades de una empresa .....	25
Figura 6. Desarrollo Regional.....	29
Figura 7. Ubicación del estudio .....	32
Figura 8. Calle Isidro Acurio y avenida Jaime Roldós .....	34
Figura 9. Características del enfoque cuantitativo .....	43
Figura 10. Tiempo laborando .....	54
Figura 11. Inconvenientes .....	55
Figura 12. Actividad comercial .....	56
Figura 13. Presupuesto .....	57
Figura 14. Factor a considerar .....	58
Figura 15. Canal de comercialización .....	59
Figura 16. Miembros familiar .....	60
Figura 17. Horario .....	61

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de la encuesta .....	85
Anexo 2. Formato de la Entrevista .....	88

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se centra en el mercado del cantón Milagro se ha podido observar que los propietarios de microemprendimientos de la calle Isidro Acuri y Avenida Jaime Roldós presentan inconvenientes en el manejo de sus negocios, pues muchos carecen de los conocimientos pertinentes para temas enfocados en la comunicación de sus beneficios, así como proceder a financiamientos a través de entidades bancarias para incrementar el inventario y finalmente la gestión de procesos de ventas eficientes en canales tanto online como físico.

La investigación presenta 4 capítulos: el capítulo I conlleva el planteamiento del problema, los objetivos generales y específicos. También tiene su soporte investigativo, su delimitación e hipótesis.

El capítulo II se compone del sustento investigativo mediante los antecedentes referenciales, fundamentación teórica y leyes que apoyen la investigación.

El capítulo III está conformado por la metodología de la investigación; es decir, donde se aplica los métodos de investigación, tipos de investigación, técnicas e instrumentos de investigación; además se expone la población objetiva y la cantidad de participantes que necesitará el estudio para validar su hipótesis.

Por último, el capítulo IV comprende la propuesta de la investigación por medio de la aplicación de estrategias.

## **CAPÍTULO I**

### **ENFOQUE DE LA PROPUESTA**

#### **1.1 Tema**

Análisis Socioeconómico de los Propietarios de Microemprendimientos de la calle Isidro Acurio y Avenida Jaime Roldós del cantón Milagro, provincia del Guayas.

#### **1.2 Planteamiento del problema**

En Latinoamérica se ha percibido un incremento de microempresas durante los últimos años, siendo de vital importancia para el crecimiento económico, la competitividad, la innovación y la creación de fuentes de trabajo. Si bien es cierto que un factor clave dentro de la economía de los países, se ha visto pocos estudios sobre los procesos y elementos que referente a los emprendimientos y su efecto en la sociedad. Neira (2006)

Dentro del Ecuador se ha percibido un incremento en el comercio de microemprendimientos. Un estudio empírico reveló que los microemprendimientos se ven afectados en el surgimiento, presentando varias dificultades con respecto a los financiamientos, puesto que es una de las barreras más grandes que tienen los emprendedores al momento de montar su negocio. Quiñónez & Parada (2013)

Las Pymes en el Ecuador han surgido basados en la necesidad de un determinado grupo de personas que buscan mejorar la calidad de vida de sus hogares y al mismo tiempo por personas que han visto oportunidades en los mercados nacionales. Los microemprendimientos aportan en un 89,62% la economía del país, siendo importante que se busquen políticas por parte de las instituciones nacionales o locales para el beneficio de los pequeños empresarios Sumba & Santistevan (2018)

Ahora bien en el mercado del cantón Milagro se ha podido observar que los propietarios de microemprendimientos de la calle Isidro Acurio y Avenida Jaime Roldós presentan inconvenientes en el manejo de sus negocios, pues muchos carecen de los conocimientos pertinentes para temas enfocados en la comunicación

de sus beneficios, también unos de los mayores problemas surgió a raíz de la pandemia del covid-19 en el mundo, ya que muchos de los negocios nuevos y algunos ya con antigüedad tuvieron que cerrar por falta de dinero para pagar sus locales, para los dueños de los microemprendimientos se les era difícil abastecerse de productos porque muchas de las empresas que entregaban productos dejaron de trabajar por miedo a contagiar a sus empleados.

Las restricciones de horarios de atención emitidas por el gobierno también afectaron la economía de todos los ecuatorianos ya que no se podía trabajar con normalidad lo que generaba ingresos más bajos y a su como consecuencia de eso las ventas malas.

Por lo tanto, desde la perspectiva de la economía se podría generar un alivio a estos propietarios de microemprendimientos, por medio de charlas donde se les exponga ciertos conocimientos claves para el manejo apropiado de sus negocios y estos puedan desarrollarse de manera rápida. Del mismo modo, la investigación presente permitirá hacer un análisis de todos los aspectos que poseen, sean tanto internos como externos, generando un análisis completo de su situación y a partir de aquella base proponer alternativas que los ayuden a mejorar sus capacidades competitivas.

### **1.3 Formulación del problema**

¿Cuál es la situación socioeconómica de los propietarios de los microemprendimientos de la calle Isidro Acurio y Av. Jaime Roldós del cantón Milagro?

### **1.4 Objetivo General**

Analizar la situación socioeconómicos de los propietarios de los microemprendimientos de la calle Isidro Acurio y Av. Jaime Roldós del cantón milagro.

### **1.5 Objetivo Específicos**

- Sistematizar de los antecedentes investigativos y teóricos de las variables de estudio

- Indagar sobre el estado socioeconómico de los propietarios de los microemprendimientos.
- Implementar el levantamiento de información sobre las habilidades y capacidades de los propietarios de los microemprendimientos de la población en estudio, mediante una investigación tipo entrevistas, encuestas.
- Describir estrategias o acciones a favor de los propietarios de los microemprendimientos a fin de incrementar su nivel socioeconómico.

### **1.6 Idea a Defender**

El diagnóstico socioeconómico de los propietarios de microemprendimientos permitirá detectar las principales falencias y formular acciones de mejora, capacidades y habilidades necesarias para un mejor desempeño en sus organizaciones

### **1.7 Línea de investigación / Facultad**

El trabajo de titulación tributa a la línea de investigación institucional “Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación” y de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho. “Sostenibilidad económico-productiva y desarrollo de economías locales.”

## CAPÍTULO II

### MARCO REFERENCIAL

#### 2.1 Marco Teórico

**2018. Análisis socioeconómico de una microempresa panificadora: Caso de estudio Panadería Gustocha ubicada en la ciudad de Guayaquil.**

**Autor:** Luis Freddy Chacha Bermeo

**Institución:** Universidad de Guayaquil

**Obtenido:** <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/34066>

En la presente investigación se planteó como objetivo: promover el desarrollo financiero y productivo de la panificadora Gustocha, a través de un manual de asesoría económica para mejorar el proceso de producción de pan de dicha microempresa.

La metodología utilizada fue mixta, dado que se manipularon datos medibles y no medibles en la recolección. Dentro de los resultados, se evidenció que existe una gran cantidad de marcas que carecen en el mercado de las competencias necesarias en el manejo administrativo de un negocio.

Por último, se concluyó que es necesario la inducción de los propietarios en el manejo administrativos de sus negocios, por lo que un manual de asesoría es una gran alternativa.

**2019. Análisis socioeconómico del microcrédito agropecuario otorgado a los pequeños productores del barrio Oyambarillo, parroquia Yaruquí**

**Autor:** Grace Alejandra Torres Coro

**Institución:** Universidad Central del Ecuador

**Obtenido:** <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/18418>

En la presente investigación se planteó como objetivo: analizar cómo ayudan el otorgamiento de microcréditos agropecuarios a potencia los procesos productivos y organizativos de los habitantes del barrio Oyambarillo, Parroquia Yaruquí, Cantón Quito.

La metodología aplicada fue mixta por motivo a que se analizó la situación económica, crediticia y productiva de la población y a su vez observar la situación de los pequeños productores. Con respecto a los resultados, se evidenció que se mantiene un complejo formulario de requisitos para acceder a los microcréditos.

Por último, se concluyó que para que un negocio se desarrolle es necesario que se endeude de manera apropiada.

## **2022. Microemprendimientos informales y negocios instituidos, enfoque socioeconómico en pandemia Covid 19, zona 4 del Ecuador.**

**Autor:** Marlon Serrano Valdiviezo, Luis Aguilar Tapia y Temístocles Bravo Tuárez

**Institución:** Revista de Investigación Científica – TSE´DE

**Obtenido:** <http://tsachila.edu.ec/ojs/index.php/TSEDE/article/view/115>

En la presente investigación se define como objetivo: caracterizar los microemprendimientos informales dirigidos por emprendedores y negocios instituidos en pandemia Covid 19.

La metodología que se uso fue cuantitativa, ya que se tuvo que identificar la situación de los negocios, así como su el nivel socioeconómico que tenían. Dentro de los resultados obtenidos se evidenció que posterior a la crisis sanitaria, se disparó la tasa de negocios informales, lo cual afecto las ventas de los negocios regulados.

Por último, se concluyó que al encontrarse la situación tan frágil muchos negocios terminaron cerraron y solo los más fuertes pudieron sobrevivir.

## **2021. Análisis del desarrollo económico de las microempresas dedicadas a la venta de materiales de construcción de Yaruquí y Tababela en relación a la**

## **presencia del aeropuerto - Mariscal Sucre - del cantón Quito entre el período del 2015 y el 2020**

**Autor:** Echeverría Verdesoto Stalín Wladimir

**Institución:** Universidad Politécnica Salesiana Ecuador

**Obtenido:** <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21143>

En la presente investigación se detalló como objetivo: analizar los factores que inciden en el desarrollo económico de las microempresas ferreteras, mediante una comparación entre la actividad económica de año 2015 y 2020.

Como parte de la metodología de investigación se aplicó una investigación descriptiva y analítica, dado que se tuvo que obtener informaciones precisas para comprender la naturaleza del fenómeno. Entre los resultados obtenidos se evidenció que las microempresas usualmente no generan estrategias adecuadas para el desarrollo comercial de sus productos, por lo que se estancan las ventas.

Por último, se concluyó que las tecnologías deben ser aprovechadas para mejorar las capacidades competentes.

## **2021. Impacto socioeconómico del coronavirus y resiliencia en los microemprendimientos gastronómicos, caso Santo Domingo.**

**Autor:** Vega Carrillo Diego Francisco, Carrión Hurtado Leonardo Humberto y Benalcázar Paladines Mónica Elizabeth

**Institución:** Revista Dilemas Contemporáneos

**Obtenido:** <https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i1.2884>

En la presente investigación se detalló como objetivo: analizar cómo los micro emprendedores enfrentan la crisis. Como parte de la metodología de investigación se aplicó un enfoque cualitativo y cuantitativo, con un nivel descriptivo.

Con respecto al resultado más influyente se evidenció que el 40% de los microemprendimientos han logrado la mayor parte de sus ventas a través de plataformas de comunidad, comunicando los atractivos de sus productos.

Por último, se concluyó que las adaptaciones tecnológicas son beneficiosas para la marca.

**2020. La situación socioeconómica del cantón Quevedo: Análisis de la evolución de los Créditos de Desarrollo Humano (CDH) y sus relaciones, período 2007 – 2017**

**Autor:** Villareal Nolivos Cynthia Rosario

**Institución:** Pontificia Universidad Católica del Ecuador

**Obtenido:** <http://repositorio.puce.edu.ec:80/handle/22000/18070>

En la presente investigación se planteó como objetivo: analizar en qué medida se relacionan los créditos de desarrollo humano (CDH) con la situación socioeconómica de sus beneficiarios en el cantón Quevedo (2007 – 2017). Como parte de la metodología de investigación se usó la investigación descriptiva junto a un enfoque mixto.

Entre los resultados más representativos se pudo observar que la situación socioeconómica del cantón Quevedo es afectado por la alta tasa de desempleo que se ha generado a nivel nacional por la crisis económica y de seguridad que se está suscitando.

Por último, se concluyó que una de las acciones idóneas es tomar nuevamente la comercialización en línea de los productos para mantener una estabilidad económica.

**2022. Estudio de factibilidad para la implementación de un micro emprendimiento en donde se oferten productos souvenirs elaborados a base de resina**

**Autor:** Freire Pesantez Andrea Isabel, Álvarez Peralta Elizabeth del Cisne y Domínguez Villacis Jorge Santiago

**Institución:** Universidad del Azuay

**Obtenido:** <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12199>

En la presente investigación se planteó como objetivo: realizar un estudio de factibilidad que permite determinar la rentabilidad de ejecutar un microemprendimiento que aproveche la oportunidad de negocio. Con respecto a la metodología de la investigación se usó un enfoque mixto, dado que se manejó datos medibles y no medibles.

En el caso del resultado más relevante se evidenció que una inversión necesaria para un proyecto de estas magnitudes es de \$1,251.84 USD.

Por último, se concluyó que la comunicación es un punto clave para mejorar un negocio y alcanzar un posicionamiento.

**2019. El microcrédito y su incidencia en el desarrollo socio económico de los microempresarios del barrio de Chillogallo parroquia Chillogallo, sector sur del Distrito Metropolitano de Quito**

**Autor:** Castro Sanipatín Verónica Elizabeth y Pinzón Rosillo Vanessa Jackeline

**Institución:** Universidad Central del Ecuador

**Obtenido:** <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/18965>

En la presente investigación se planteó como objetivo: investigar y analizar el microcrédito y su incidencia en el desarrollo socioeconómico de los microempresarios en el Barrio Chillogallo, de la Parroquia Chillogallo, Sector Sur, en el Distrito Metropolitano de Quito.

Como parte de la metodología aplicada se utilizó un enfoque descriptivo. Dentro de los resultados más relevantes se pudo evidenciar que los beneficios sociales de los microempresarios son una parte clave en su desarrollo como negocio, pues todos sus colaboradores, deben estar asegurados.

Por último, se concluyó que, es necesario que los propietarios de las microempresas tengan el conocimiento de todas las obligaciones de ley a sus colaboradores, para un óptimo desempeño.

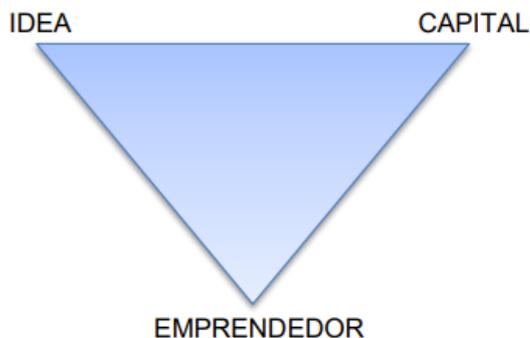
### 2.1.1 Teorías económicas relacionadas con el emprendimiento y los servicios.

Existen varias teorías sobre el emprendimiento que se van a presentar a continuación:

#### Teoría de Andy Freire:

Según Andy, hace una propuesta basados en la teoría del triángulo invertido, que conforman en tres compuestos el proceso de emprendedor:

**Figura 1.**  
*Triangulo Invertido*



Fuente: Gómez (2012)

En dicho triángulo hace mención que el punto de apoyo para el emprendedor se basa en dos componentes adicionales siendo, un estudio de viabilidad en el mercado y el capital. Cuando los emprendimientos suelen fallar es debido a la ausencia de una de las esquinas del triángulo que no cumplen Gómez (2012). El emprendedor es aquella persona que consigue ver oportunidades donde otros empresarios no las ven, y además se pone a trabajar para desarrollar su idea Gámez (2013). En este contexto, existen diversas teorías de emprendimiento que definen en qué consiste emprender y qué cualidades ha de tener un emprendedor Ries (2019)

### **2.1.2 Teoría del emprendimiento según Schumpeter:**

En el trabajo realizado por López (2015), se menciona que Schumpeter percibe que el emprendedor es una persona extraordinaria que promueve diferentes combinaciones e innovaciones. Ya que su función es reformar o revolucionar la producción explotando la inversión Blank, Dorf & García (2016) Si bien es cierto emprender no es cosa sencilla, dado que, son procesos nuevos y difíciles que se constituyen fuera de las actividades que una persona generalmente realiza y adicional que siempre se enfrentan a un entorno que constantemente presenta resistencia o rechazo a ideas nuevas, copia del producto o rechazo al financiamiento por entidades bancarias. Thiel & Maestro (2015)

### **2.1.3 Teoría del emprendimiento según la escuela Austriaca:**

Existen varios autores dentro de la escuela austriaca que brindan su punto de vista con respecto al emprendimiento. Según Mises; menciona que los emprendedores son aquellas personas que especulan en un momento de incertidumbre respondiendo a las distintas señales del mercado y tomando oportunidades para generar ganancias y pérdidas. Por otra parte, Kirzner hace mención que el emprendedor gana dado que está alerta a las oportunidades en donde existe incertidumbre o desequilibrio. Permitted una posición de mayor conocimiento dentro del mercado Rodríguez (2009)

### **2.1.4 Teoría de la externalización.**

Las teorías de la externalización desde un punto de vista económico en los procesos de producción se ven como efectos positivos y negativos. Para los países desarrollados o en vía de desarrollo, las empresas con deslocalización o externalización tienden a reducir los costos permitiéndose bajar los precios, generando una ventaja competitiva, dando como resultado una mayor demanda de los productos o servicios, mayor inversión y capitalización monetaria, incremento de empleos para la producción. Si bien esto causa conflictos en la generación de

empleos en la ciudad natal de la empresa, su contraparte es que genera empleo en el país extranjero La Dehesa (2004)

Si bien es cierto una de las desventajas es que los empleados se ven en la obligación de reducir sus salarios o la pérdida de empleo por la externalización de los procesos. Si se mira desde la eficiencia en general, se puede observar que es beneficioso para las empresas que externalizan dado que evitan gastar recursos en formar, capacitar al personal u otros valores con respecto a la mano de obra La Dehesa (2004)

### **2.1.5 Teoría de la producción y consumo de servicios.**

Las actividades productivas que realiza un país son parte del desarrollo económico del mismo y para la sociedad. Por lo que, busca la utilización de recursos para la generación de productos o servicios para su posterior consumo. Las empresas son consideradas unidades técnicas y económicas que se encarga de poder transformar insumos en productos o servicios basados en la necesidad de los consumidores utilizando distintas herramientas tecnológicas, buscando lograr márgenes de ganancias económicas que seas factibles para la continuación de sus procesos productivos. Intriago (2022)

Para lograr el beneficio a nivel de costo es importante que se incurra a los mínimos costos en los insumos para poder determinar el nivel de producción. Siendo la producción una serie de procesos que se combinan para obtener un producto determinado, estando involucrados la materia prima, mano de obra y capital. Para la regulación de las actividades económicas las empresas se basan en los principios de la Escasez, ley de rendimientos decrecientes y Principio de Eficacia Económica. Chilán (2022)

El principio de escasez tiene una relación estrecha con la utilidad, siendo definido que la utilidad tiene relación con satisfacer las necesidades humanas. En este punto se consideran dos factores claves; la cantidad de productos y recursos

que se tengan en stock para el consumidor y la cantidad necesaria para satisfacer la demanda por completo. Chilán (2022)

Con respecto a la ley de rendimientos decrecientes o también conocida como la ley de proporciones variables, hace mención a las limitaciones que se tienen en una producción debido a las distintas técnicas de producción. Con las bases de dichos aspectos mencionados es importante destacar que las empresas sean capaces de poder tomar las mejores decisiones para obtener una ventaja competitiva. Dado que los costos y las ventas van a determinar la cantidad de ingresos económicos Chilán (2022)

Sin embargo, no se debe descartar otro punto clave en dicho análisis. Dentro de este punto se ve involucrado el consumidor, si bien es cierto es a quien va dirigido los productos o servicios generados, también se considera al consumidor como un ser racional y el factor psicológico (Intriago Orellana, 2022).

#### **2.1.6 Teoría del Desarrollo Sostenible**

La sostenibilidad es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social (Intriago Orellana, 2022). La teoría del desarrollo humano, que surge en la década de los noventa, tiene sus raíces en la preocupación que despertaron las críticas al enfoque economicista de los estudios del desarrollo y en la búsqueda por integrar en el análisis los aspectos sociales de la población. Chilán (2022)

Freedrom (1999), sintetiza las principales ideas de su pensamiento: entender y abordar el desarrollo como medio para potencializar las capacidades y libertades del ser humano. En el tema que nos preocupa, Sen atribuye un papel destacado a la salud, en tanto oportunidad (o fin) para que las personas puedan gozar de ella y lograr potenciar sus más amplias capacidades en beneficio de su desarrollo individual y como actores en el ámbito productivo y social.

Es decir, la salud entendida como un medio que permitirá desarrollar sus capacidades y libertades para llevar a cabo sus objetivos y metas (Sen 1985, 1999, 2000, 2002). De esta manera, la salud surge como una aptitud y pieza constitutiva para un buen desarrollo (Sen y Nussbaum, 1993; Sen, 1999) que permita desplegar las capacidades de las personas, o sea, la libertad real de hacer y ser lo que la gente está dispuesta a valorar con su vida (Sen, 2000).

### **2.1.7 Teoría del valor del trabajo**

A través del tiempo, el concepto de valor ha sido objeto de profundas discusiones que no sólo tienen cabida en la ciencia económica, sino que a la postre han generado una concepción distinta de él Nussbaum (1997). Sin embargo, al ser la teoría económica la más preocupada en este campo, dado que este concepto constituye la savia misma de esta disciplina, encontramos un gran desarrollo sobre el valor y sobre las teorías del valor Elster (1993). Quisiera referirme inicialmente al análisis de los dos ejes de la expresión de valor, dado que, aunque no es el propósito de este escrito, es necesario esbozar algunos planteamientos generales que nos brindarán algunos elementos válidos para el debate siguiente Calhoun y Solomon (1989)

El valor goza de dos expresiones: el valor de cambio y el valor de uso. Sobre este aspecto, Echavarría (2003) expresa:

Este valor de uso de la mercancía, bautizado por Aristóteles, reutilizado por Smith y mencionado por Marx, no interesa para nada en lo concerniente al valor, en la óptica de la teoría clásica del valor incorporado. En cambio, para los utilitaristas neoclásicos y modernos, el valor de uso, con su utilidad, abre el sendero para establecer una relación “orgásmica” con el sujeto-individuo aislado, con el ente Homo economicus (p. 95).

### **2.1.8 Teoría de la producción**

La teoría de la producción es el marco teórico que analiza la manera más eficiente de combinar los factores productivos para lograr la producción de bienes y servicios Alfaro (2018). La teoría de la producción se ocupa de analizar las elecciones que realiza la empresa sobre la cantidad y la combinación de los factores productivos en función con el nivel de producción que espera alcanzar Gómez (2012). Para ello, es importante conocer los precios de los factores y el nivel de producción deseado.

Sin duda, estas elecciones se fundamentan en buscar la combinación de factores que minimicen los costos en relación con la producción requerida. Cada combinación elegida debería corresponder a la cantidad máxima de productos que se puede alcanzar con una tecnología dada Ray (2022). Desde luego, la empresa compra los factores de producción, los combina y transforma para convertirlos en bienes y servicios que ofrece en el mercado García (2020). Su objetivo es obtener ganancias, y por eso busca la combinación que resulte menos costosa para llevar a cabo su proceso de producción.

### **2.1.9 Teoría de Innovación**

La innovación se define, en general, como la realización de nuevas combinaciones de los medios de producción, e incluye los siguientes casos: a) la introducción de un nuevo producto; b) la introducción de un nuevo método de producción, de alguna manera basado en un descubrimiento científico nuevo o en un nuevo modo de comercialización; c) la apertura de un nuevo mercado; d) el acceso o conquista de una nueva fuente de insumos; y e) la realización de una nueva organización de la industria (Schumpeter, 1911).

Una explicación del proceso innovador en sí mismo, en que el factor explicativo clave es el empresario Gómez (2012). Aquí no hay nada como un agente optimizador de ganancias, sino que señala, en una primera instancia, tres motivos empresariales: el sueño y la voluntad de tener un reino privado; la voluntad de conquistar, por el éxito mismo y no por sus frutos; y la alegría de crear García (2020). Luego, agregó que el

aliciente del capitalismo es que los premios y castigos se miden en términos monetarios, que es la misma visión de Veblen. Subir y bajar en la escala social significa ganar y perder dinero Ray (2022). La fuerza del capitalismo no es que posibilite la efectivización del cálculo racional de los agentes, sino que induce expectativas irrealistas respecto del éxito y de ese modo logra muchos más resultados con los mismos esfuerzos (Elster, 1992).

### **2.1.10 Teoría de la creatividad**

Desde teoría la creatividad se analiza como una función en desarrollo que esta guiada por la interacción social hacia la autorregulación y vinculada a los procesos cognitivos y afectivos, del ser humano Echeverría (2020). La creatividad implica novedad inicial y aceptación final. La creatividad se caracteriza por la elaboración de nuevos productos o el planteamiento de nuevos problemas Gómez (2012). “La creatividad se origina en un conflicto inconsciente. La energía creativa es vista como una derivación de la sexualidad infantil sublimada, y que la expresión creativa resulta de la reducción de la tensión” Freud (1963).

## **2.2 Marco Conceptual**

### **2.2.1 Microemprendimientos.**

Los microemprendimientos son pequeños negocios o actividades económicas que se inician con poco capital y pocos recursos, pero que buscan generar ingresos y ser rentables en el corto y largo plazo. Estos emprendimientos pueden ser desarrollados tanto por personas individuales como por grupos y comunidades, y pueden abarcar diferentes sectores de la economía, como el comercio, la agricultura, la artesanía, la tecnología, entre otros. Los microemprendimientos tienen como objetivo mejorar la calidad de vida de sus emprendedores y sus comunidades, a través de la generación de empleo y el desarrollo económico local.

Uno de los principales beneficios de los microemprendimientos es su capacidad para fomentar la inclusión económica y social. En muchas comunidades, los pequeños negocios pueden crear oportunidades para personas que enfrentan

dificultades para conseguir empleo, como jóvenes, personas de bajos recursos, inmigrantes y personas con discapacidades. Además, los microempresarios pueden ser una fuente importante de innovación y creatividad, ya que a menudo deben adaptarse a situaciones cambiantes y aprovechar nuevas oportunidades para mantener sus negocios a flote. A medida que más personas se involucren en los microemprendimientos, se puede crear una red de apoyo económico y social que ayude a las comunidades a ser más resilientes y sostenibles a largo plazo.

Los microemprendimientos surgen dado la necesidad de crear un puesto de trabajo para la obtención de un ingreso más elevado, dichos casos se dan debido a las economías en crisis con un índice elevado de desempleo y porcentajes elevado de pobreza. Pero es bien sabido que ninguna economía se restaura debido a la depresión o crisis, sino por las personas que interactúan entre ellas Cacuango (2016)

Los microemprendimientos han tenido su lugar desde siglos pasados como una forma de poder salir del desempleo dado que dichos micronegocios son sin lugar a duda un gran punto para el desarrollo, tanto social como económico. Debido a que se puede incrementar los ingresos de las personas y de manera proporcional mejora su nivel de vida dentro de una comunidad Cardozo (2007)

### 2.2.2 FODA - Microemprendimientos.

**Figura 2.**  
*Matriz FODA*



**Elaborado por:** Miranda y Narváez (2023)

### **2.2.3 Definiciones de Microemprendimientos**

Para el autor (Baque et al., 2018), los microemprendimientos en el Ecuador son considerados unidades de producción de bienes y servicios que se ha vuelto rentable para dinamizar las actividades económicas productivas dentro de la sociedad. Ocupando un lugar importante desde una perspectiva social, generación de empleo e innovación para los procesos económicos y sociales.

El autor De Sena, (2010) señala que los microemprendimientos se dan debido a la ausencia de empleo, explotación o inestabilidad laboral. Pudiendo buscar mejorar las condiciones de vida mediante la creación de microempresas para el desarrollo sostenible y equitativo, siendo administradas por emprendedores mediante la autogestión y desarrollo en el que se desenvuelven.

Las microempresas pueden tener una estructura familiar, unipersonales o sociedad entre dos o tres personas, pues inician con una idea personal que es ejecutada de manera personal o con sus familiares, buscando producir un bien o servicio que en su mayoría es comercializada con costos de inversión reducido proveniente de pequeños financiamientos con los bancos o ahorros personales Cacuango (2016)

Las actividades que se insertan dentro del microemprendimiento, por muy corto alcance que pretendan, requiere de una adecuada administración para aprovechar las oportunidades, atreverse a los giros de productos y tomar riesgos dentro de los mercados; sin un financiamiento estable, las posibilidades de aplicar estas estrategias resultas escasas, por tanto, constituyen las estructuras económicas que más vulnerables se encuentran dentro de la organización económica del país, debido a la recurrente desaceleración o recesión de la economía (Mendoza et al., 2019)

Los microemprendimientos, al tratarse de un modelo de producción que no supera los siete empleados, suele generarse dentro de una ambiente familiar, aunque no se trate específicamente de negocios familiares,- que es lo que abunda-, el

compromiso y la motivación de sus miembros constituye las principales cualidades de estos negocios; sin embargo, pocos negociantes perciben a este tipo de alternativa de trabajo como una oportunidad de desarrollo, de generar mayores ingresos, de incrementar el área de impacto, y se conforman con generar ganancias para apenas subsistir.

Sin embargo, el fantasma de la improvisación circunda a los negocios de microemprendimiento, pues muchas veces quienes inician estos proyectos no conocen cómo planear y desarrollar un proyecto por sí solos; a medida que ejercen los primeros pasos, la toma de decisiones requiere de facultades más rigurosas. Por ello Quiñónez (2013), entre los aspectos que definen el aprovechamiento de las oportunidades del mercado se encuentra: la posesión de Revista Científica ECOCIENCIA ISSN: 1390-9320, Vol. 8, No. 4, agosto 2021 8 información previa necesaria para identificar las oportunidades, las propiedades cognitivas para evaluar las oportunidades, y la capacidad de formular estrategias para aprovecharlas. (Boza et al., 2021)

Los microemprendimientos son considerados un agente económico que puede ser de carácter informal o formal con recursos tecnológicos y desarrollo bajos y con pocas oportunidades a créditos bancarios elevados. Puesto que es gestionado por una persona que en su mayoría de veces es el dueño, no cuenta con el solvento económico para contrataciones de personal. Si bien es cierto los microemprendimientos no son la creación de una compañía sino más bien el desarrollo de trabajos autónomos que permitan sobresalir basados en las necesidades encontradas por los consumidores Verdezoto (2022)

Según el autor Lucero (2005) menciona las características sobre los microemprendimientos:

- El número de personal es completamente reducido.
- Son autogestionadas por el propietario o dueño.
- Tienen captación a nuevas ideas proporcionada por el propio equipo de trabajo, pudiendo crear oportunidades y estrategias de ventas.

- La mano de obra cumple un factor crítico en el microemprendimiento.
- La comunicación entre el personal debido a que son pocos es muy fluida y efectiva.
- Tienen versatilidad en la adaptación o cambios que se puedan generar en los productos o servicios.
- Bajos costos de operación.

#### 2.2.4 Ventajas y Desventajas de los Microemprendimientos

**Tabla 1.**  
*Ventajas y Desventajas de los microemprendimientos*

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
Las microempresas son más flexibles que las grandes empresas, lo que les permite adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado	Tienen un mayor riesgo de fracaso, ya que dependen de la capacidad del propietario para hacer crecer el negocio y mantenerlo solvente.
Tienden a tener costos más bajos en términos de nómina, renta, suministros y facturas, lo que les permite tener una mayor rentabilidad.	El tamaño reducido de una microempresa significa que tendrá un acceso limitado a los recursos, incluyendo capital, tecnología y personal.
tiene un mayor control sobre las operaciones del negocio y la toma de decisiones.	Pueden ser vulnerables a la inestabilidad económica, los cambios en el mercado y la competencia.
puede ser una fuente de satisfacción personal y profesional, permitiéndole desarrollar su potencial creativo y liderazgo.	El propietario de una microempresa también puede tener que lidiar con problemas interpersonales y administrativos,

**Elaborado por:** Miranda y Narváez, (2023)

### 2.1.2.4 Tipos de microemprendimientos

Los tipos de microemprendimientos pueden ser muy diversos, dependiendo del sector de actividad, el tamaño de la empresa y el mercado objetivo. Por ejemplo, algunos tipos de microemprendimientos pueden incluir:

#### Figura 3.

##### *Tipos de microemprendimientos*

###### Negocios de alimentos:

- Pequeños comercios de alimentos como cafeterías, restaurantes, panaderías, pastelerías o tiendas de comestibles

###### Servicios profesionales:

- Consultores, especialistas en marketing, diseñadores gráficos, abogados, contadores, arquitectos, entre otros.

###### Productos artesanales:

- Productos hechos a mano como joyería, ropa, artículos de decoración o cerámica.

###### Tecnología y software:

- Desarrolladores de aplicaciones móviles, páginas web o servicios de tecnología en general.

###### Cuidado personal:

- Servicios de peluquería, spa, masajes o manicura.

###### Turismo y hostelería:

- Hospedajes, transportes, guías turísticos, agencias de viajes o actividades deportivas al aire libre.

**Elaborado por:** Miranda y Narváez, (2023)

En general, los microemprendimientos pueden surgir en cualquier sector económico, siempre y cuando haya una necesidad insatisfecha en el mercado y un emprendedor con las habilidades, recursos y capacidad de innovación para satisfacerla.

#### **2.2.5 Microempresas de subsistencia.**

Es considerada como aquella que no cuenta con un capital apropiado y depende mucho de los ingresos para poder mantenerse en una subsistencia diaria. Dichas actividades son realizadas por personas con escasos recursos y sus ventas son inestables tales como; vendedores ambulantes, recicladores, oficios callejeros, entre otros (Sánchez et al., 2014).

#### **2.2.6 Microempresas de reproducción simple.**

Es considerada como aquella que posee un capital mínimo y son reflejados en sus activos fijos, pudiendo dar una mejora en el área de operaciones productivas y manejo en el mercado, pudiendo recuperar el capital invertido. Los trabajos en dicha rama son tales como; comercios en barrios, carpintería, plomería, gasfitería, entre otros Alandete (1987)

#### **2.2.7 Microempresas de reproducción ampliada**

Son consideradas debido a su capital reflejado en sus activos fijos, teniendo un incremento en las operaciones de producción y accesibilidad en los mercados, creando una mayor rentabilidad al capital invertido y sostenibilidad con el paso del tiempo. Las personas que manejan dichas microempresas son consideradas visionarias dado que se han basado en las necesidades vistas por los clientes pudiendo satisfacerlas Martínez (1997)

### **2.2.8 Microemprendimientos productivos**

Los microemprendimientos productivos están conformados por pequeños colaboradores o agrupación que ayudan a un empresario o pequeñas empresas que no buscan la ineficiencia, sino aprovechar las ventajas endógenas e iniciar un proceso de desarrollo. Basados en las habilidades y capacidades de las personas pudiendo promover la creatividad y autonomía en el trabajo Rampello (2009)

Existe un factor crítico en los microemprendimientos, siendo la asociatividad con un grupo de personas. Debido a las circunstancias económicas o problemas sociales en las comunidades, se ha visto una gran necesidad en la colaboración de personas para comenzar con pequeños grupos de emprendedores y actividades en conjuntos por la búsqueda de un mejor vivir. Si bien es cierto la asociación es de mucha colaboración también es importante destacar que deben tener estrategias para la resolución de problemas que se presenten, ya sean, por factores económicos, internos, competencias, entre otros. Rampello (2009)

### **2.2.9 Ecosistema emprendedor**

La Real Academia Española (2019) define: Ecosistema como una “comunidad de seres vivos cuyos procesos vitales se relacionan entre sí y se desarrollan en función de los factores físicos de un mismo ambiente”.

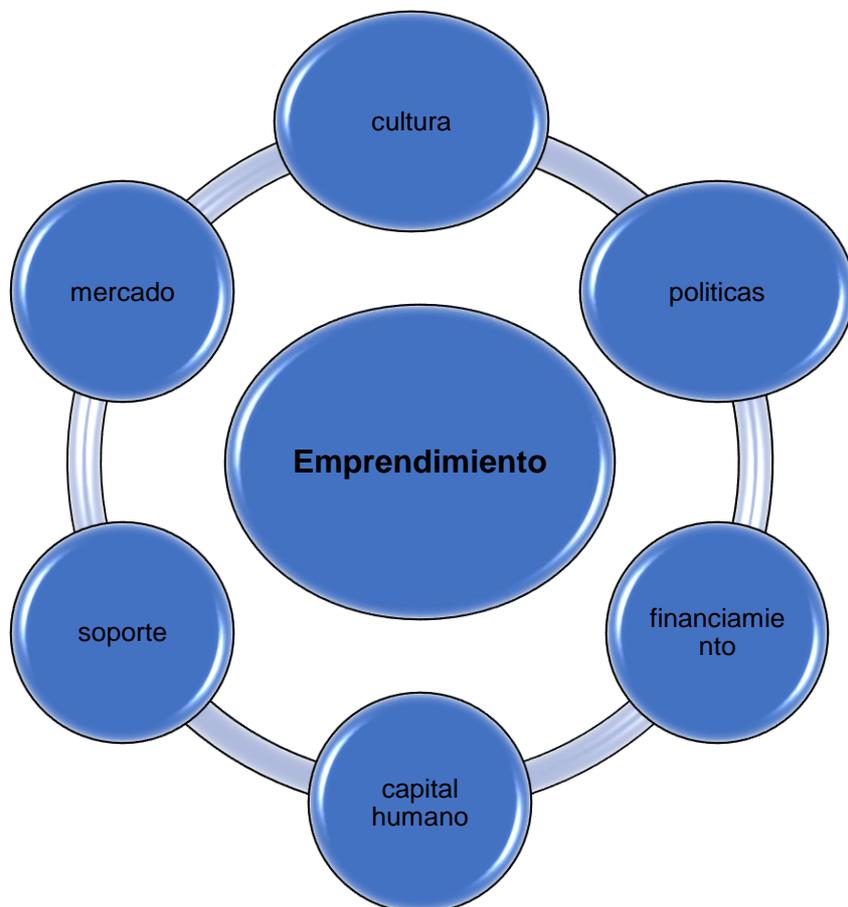
Y a emprendimiento, como la “acción y efecto de emprender”, refiriéndose a acometer una obra. Por otra parte, Emprendedor, como un adjetivo que refiere a “que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras”. Finalmente emprender, como “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.”

En 1993, James Moore, realiza una invitación a que una empresa no sea vista únicamente como un miembro de una industria sino como de un ecosistema empresarial. A través del documento de su autoría, publicado en la revista Harvard

Business Review y titulado Predadores y presas: una nueva ecología de la competencia; vincula las estrategias y el enfoque sistémico.

Además, define al ecosistema empresarial como una agrupación de empresas que suman sus capacidades en torno a una nueva innovación; trabajando y colaborando entre sí para el desarrollo de nuevos productos y la satisfacción de los clientes. Para Moore, el ecosistema empresarial, al igual que un ecosistema biológico, se transforma gradualmente en una comunidad más estructurada; y se fortalecen gracias al capital, el interés del cliente y el talento generado por nuevas innovaciones.

**Figura 4.**  
*Dominios del ecosistema de emprendimiento*



**Elaborado por:** Miranda y Narvaez, (2023)

## 2.2.10 Desarrollo

El desarrollo es un proceso continuo y complejo que implica cambios y progreso en diferentes ámbitos. Se trata de un conjunto de acciones y estrategias que buscan mejorar las condiciones de vida de las personas, fomentando el crecimiento económico, social y cultural. Este proceso puede llevarse a cabo a nivel local, regional, nacional e incluso internacional, y está basado en la generación de oportunidades que permitan a las personas alcanzar su máximo potencial y mejorar su calidad de vida.

Es importante destacar que el desarrollo no se limita solo al ámbito económico, sino que abarca aspectos como la educación, la salud, la igualdad de género, la protección del medio ambiente, entre otros, para lograr un desarrollo sostenible y equitativo. En definitiva, el desarrollo es un proceso clave y necesario en nuestra sociedad, que nos permite avanzar y mejorar como individuos y como comunidad.

El desarrollo para un microemprendimiento se refiere al conjunto de estrategias y acciones que permiten mejorar y ampliar el negocio con el objetivo de aumentar sus beneficios y competitividad en el mercado. Entre las principales acciones que se pueden llevar a cabo en el desarrollo de un microemprendimiento se encuentran:

**Figura 5.**  
*Actividades de una empresa*



**Elaborado por:** Miranda y Narváez, (2023)

Es considerada el movimiento permanente de una sociedad con el paso del tiempo ya que le ayuda a transformar de manera cualitativo y cuantitativo las sociedades, ya sean desarrolladas o subdesarrolladas. Por parte de ambas partes, buscan de manera continua el crecimiento económico para que exista dentro de una comunidad, población o país una mayor equidad y desarrollo Ray (2022)

### **2.2.11 Desarrollo socioeconómico**

Es considerado un proceso que se da con el paso del tiempo para mejorar las condiciones de vidas mediante la evolución en los ámbitos económicos, culturales, sociales, etc. Debido a que busca garantizar el goce de los derechos de las personas. Teniendo como objetivo el bienestar humano de manera continua García (2020)

### **2.2.12 Desarrollo social**

El desarrollo social se refiere a un proceso que busca mejorar las condiciones de vida de las personas, sus necesidades, accesibilidad, igualdad y participación en la sociedad, implica la promoción de políticas públicas que busquen garantizar el acceso a servicios de salud, educación, vivienda, trabajo, cultura y participación ciudadana, entre otros. Además, el desarrollo social implica la construcción de comunidades más solidarias y participativas, donde las personas tengan la oportunidad de involucrarse en proyectos sociales y contribuir al bienestar común.

Es considerada un proceso que busca el bienestar con las comunidades o personas dentro de una sociedad, debido a que ayuda con el mejoramiento de la calidad de vida en distintos ámbitos, tales como; salud, educación, empleo, viviendas, salarios básicos estándares, entre otros. Da la oportunidad a la reducción de pobreza y desigualdad en los ingresos familiares o personales Alfaro (2018)

### **2.2.13 Desarrollo económico**

El desarrollo económico es un proceso que se refiere al crecimiento sostenido y progresivo de una economía, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de la gente y aumentar su bienestar. Esto se logra a través de la inversión, la innovación, la creación de empleo, el aumento de la producción y el comercio internacional. El desarrollo económico también implica la mejora de los servicios públicos y la infraestructura del país, así como la eliminación de las barreras que impiden el desarrollo económico.

La educación y la formación también son factores importantes que contribuyen al desarrollo económico, ya que mejoran la capacidad del país para innovar y competir en el ámbito internacional. Sin embargo, para que el desarrollo económico tenga éxito, es necesario un liderazgo eficaz y una buena gestión de los recursos, así como una estabilidad política y social.

Es considerada la capacidad que tiene un país para ser productivo y generar riquezas que posteriormente satisfaga las necesidades de los habitantes y mejore la calidad de vida. Los términos crecimiento y desarrollo van de la mano dado que son proporcionales el uno del otro. Hay que mencionar que, si existe un crecimiento económico, dan paso a generación de empleos y oportunidades y al mismo tiempo el desarrollo económico pudiendo existir la distribución de riquezas Carmona & Díaz (2018)

## 2.2.14 Diferencia entre Desarrollo social y Desarrollo económico

**Tabla 2.**

*Diferencias entre desarrollo social y desarrollo económico*

<b>Desarrollo Social</b>	<b>Desarrollo económico</b>
Mejora de la calidad de vida de la población	Aumento de la riqueza y la producción de la sociedad
Foco en aspectos como la salud, educación, vivienda y seguridad pública	Contribuye al desarrollo social, pero se enfoca en el crecimiento económico como medida del progreso
Fortalecimiento de la participación ciudadana y la democracia.	Mejora en la productividad y la competitividad.
Respeto y promoción de los derechos humanos.	Fortalecimiento de la inversión y el comercio internacional.
Fomento de la cultura y las tradiciones locales.	Innovación y desarrollo tecnológico.
Protección del medio ambiente y los recursos naturales.	Diversificación económica y disminución de la dependencia de un solo sector.

**Elaborado por:** Miranda y Narváez, (2023)

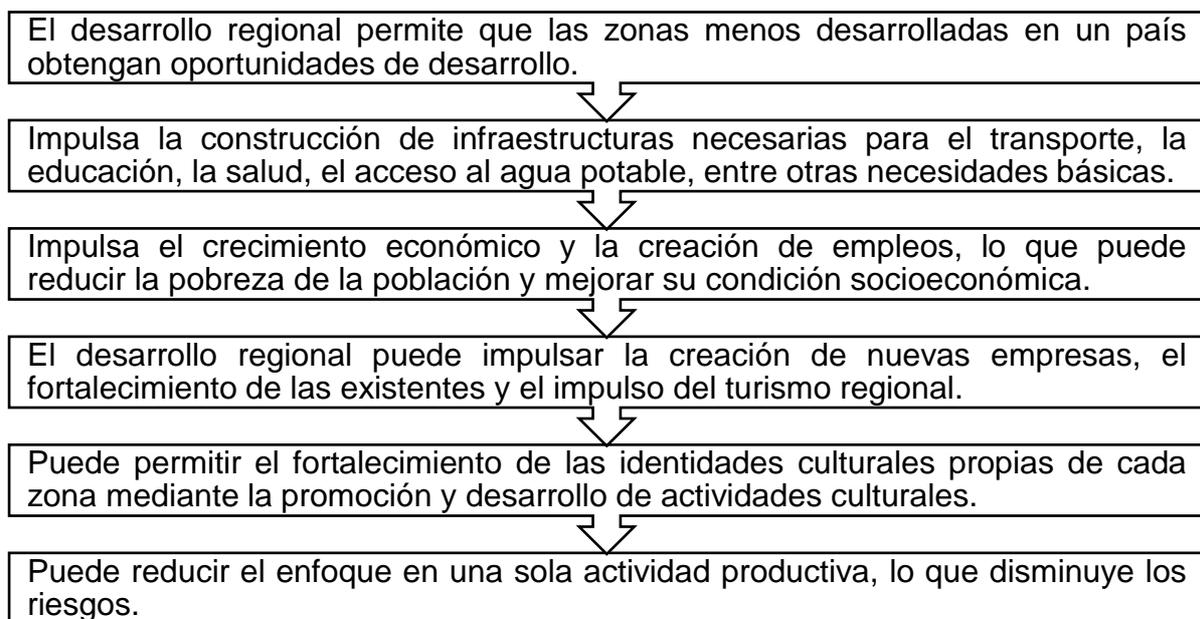
## 2.2.15 Desarrollo regional

El desarrollo regional consta de tres dimensiones, tales como; espacio, territorio y región. El espacio está orientado al hombre y su actividad productiva en un determinado lugar pudiendo analizar la infraestructura social que desempeñe. La región se orienta a las actividades económicas que se generen en el espacio y el territorio es una fusión de los dos conceptos antes mencionados mediante la transformación sistemática en la comunidad Acosta (2018)

El desarrollo regional se da mediante la comunidad local mediante un análisis y diagnóstico sociodemográfico, buscando medir el nivel y la calidad de vida, los ingresos y las estructuras económicas, las unidades productivas y el desarrollo empresarial. Teniendo una participación por parte del Estado y la distribución de las

inversiones públicas y políticas que ayuden con el desarrollo local y posteriormente su favorecimiento en el desarrollo regional Tapia (2018)

**Figura 6.**  
*Desarrollo Regional*



**Elaborado por:** Miranda y Narváez, (2023)

## 2.2.16 Desarrollo local

El desarrollo local surge dada las necesidades dentro de un marco territorial, dada las condiciones de desigualdad de oportunidades, se busca el cambio para el mejoramiento colectivo pudiéndose aprovechar los recursos con la finalidad de poder mejorar las condiciones de vida, fortalecer el trabajo en equipo y valores. Siempre buscando el desarrollo individual y social potenciando las empresas de la comunidad Vergara & Sorhegui (2020)

El Desarrollo Local se conceptualiza desde diferentes perspectivas, que van desde las ideologizaciones, enfoques teóricos sobre el desarrollo, hasta las Estrategias de Desarrollo asumidas por las regiones que sustentan sus diferentes estilos o modos de desarrollo. Explicándose así, la rica y profunda polémica que despierta la conceptualización del proceso de Desarrollo Local. Encontrando en cada

perspectiva una lectura válida e importante de tener en cuenta para lograr un análisis fresco y creativo sobre el tema.

El desarrollo de lo local también debe potenciar conjuntamente el logro de mayor participación social en términos de aproximación directa de la sociedad con los ámbitos de decisión y mayor equilibrio distributivo a través de la implantación de instancias sociales asociativas y solidarias, con incidencia en la producción y la economía local en general. Se promueve la formación de organizaciones intermedias para la provisión de servicios públicos y la conformación de empresas de pequeña escala, basadas en demandas genuinas y modos de producción sostenibles y sustentables.

Para esta Estrategia el Estado debe ejercer una intervención estratégica y sinérgica con los demás actores sociales, en la promoción y sostenimiento del desarrollo a nivel nacional, regional y local. Plantea el logro de mayor efectividad institucional sin “achiques” forzados que generen desempleo y baja de salarios, sino que se exprese en nuevas formas de funcionamiento y gerencia eficaz.

Asimismo, considera que la Descentralización de la gestión pública, que conlleva el fortalecimiento del Municipio como centro de poder político, económico, social cultural y administrativo, es un instrumento esencial para el Desarrollo Local, en tanto que contribuye a fortalecer la equidad, asociada con un mejor acceso a dos recursos socialmente escasos: el poder político y el empleo productivo.

El Desarrollo Local debe constituir un proceso que garantice la promoción e impulso de la modernidad y construcción de ciudadanía social y política, que es algo más que la simple descripción de los requisitos legales para ejercerla, según la cual el individuo es externo al Estado y contribuye con prestaciones –votos e impuestos– a cambio de servicios, como concibe la ciudadanía el liberalismo.

## 2.2.17 Ventajas y desventajas del Desarrollo local

**Tabla 3.**

*Ventajas y desventajas del Desarrollo local*

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
Fomenta la participación ciudadana en la toma de decisiones.	Puede generar conflictos por la distribución de recursos y poder.
Promueve el uso sostenible de los recursos naturales.	Las políticas locales pueden ser poco coordinadas y generar desigualdades en el desarrollo entre diferentes zonas de la región.
Genera empleo y mejora la calidad de vida de las comunidades locales.	Puede generar dependencia de los recursos externos, como el turismo o la inversión extranjera.
Contribuye al crecimiento económico y la diversificación de la economía local.	Puede limitar la inversión y crecimiento de las empresas locales.
Fortalece la identidad y el sentido de pertenencia de la comunidad.	Puede descuidar la conservación del medio ambiente a favor del desarrollo económico.

**Elaborado por:** Miranda y Narváez, (2023)

## 2.2.18 Caracterización de los microemprendimientos en la zona de estudio

Los microemprendimientos se caracterizan por tener bajos costos iniciales, lo que permite que sean iniciados por personas con recursos limitados, y por tener una estructura organizativa flexible y adaptable a las circunstancias del mercado. Los microemprendimientos suelen ser altamente innovadores y creativos, y pueden funcionar en diferentes sectores, como el comercio, la producción, los servicios y la agricultura.



Desde la década de 1970, el gobierno ecuatoriano impulsó la creación de parques industriales y zonas de libre comercio en diferentes ciudades del país, entre ellas Milagro. Esto atrajo a empresas nacionales y extranjeras que buscaban aprovechar los incentivos fiscales y las facilidades para la exportación. Se establecieron fábricas de alimentos, bebidas, productos químicos, textiles y metalurgia.

En la década de 1990, se inauguró el Puerto Marítimo de Guayaquil, a unos 30 kilómetros de Milagro, lo que significó un impulso al comercio exterior y a la actividad portuaria en la región. También se construyó la Vía de la Prosperidad, una carretera que conecta Milagro con el puerto y otras ciudades de la costa.

En la actualidad, Milagro cuenta con una amplia diversidad de negocios, desde pequeños comercios hasta grandes empresas industriales y agrícolas. Además, se ha desarrollado un turismo rural en la zona, gracias a la belleza natural de su entorno y a la oferta de servicios de hospedaje, gastronomía y actividades al aire libre.

Las calles en la cual va dirigido nuestro estudio es la calle Isidro Acurio y avenida Jaime Roldes del cantón milagro, debido ya que es una zona con bastante afluencia de comercios de microemprendimientos, por lo general los negocios pequeños como tiendas y bazares tiene un horario de jornada completa debido a la alta demanda de clientes que ameritan de los productos de estas y por otro lado tenemos las panaderías y peluquerías que su jornada se basa más en un horario matutino y nocturno.

Cada microemprendimiento funciona con una organización de empleados de 2 a 3 personas y en ciertos casos pueden ser hasta negocio familiar cumpliendo con un horario de 8 o más horas laborales.

**Figura 8.**  
*Calle Isidro Acurio y avenida Jaime Roldós*



**Elaborado por:** Miranda y Narváez, (2023)

### **2.2.19 Estudio Socioeconómico**

La investigación socioeconómica tiene como finalidad analizar el entorno social, económico, profesional y cultural de un grupo de personas. Esto es importante porque permite identificar las condiciones sociales de los grupos estudiados. El contenido depende de su propósito, aunque existen datos generales, pudiendo ser empleado por diferentes empresas privadas y gubernamentales (Morales, 2016).

Es el análisis de las fluctuaciones de la población, la estructura demográfica, la salud humana, los recursos de infraestructura y las características económicas, como el empleo, el ingreso per cápita, la agricultura, etc., la industria, el comercio y el desarrollo industrial en el área de estudio.

Tiene como propósito el de evaluar el impacto en el logro del desarrollo socioeconómico en términos de mejorar indicadores como el PIB, la esperanza de vida, el índice de analfabetismo y la tasa de empleo, etc. Se interesa por la relación entre los componentes económicos y sociales que existen en una comunidad.

Estos factores influyen en el comportamiento de la comunidad, como sus decisiones de compra. Ayuda a identificar, predecir y evaluar el impacto potencial del proyecto propuesto en los aspectos socioeconómicos y de beneficio humano.

Mide los impactos sociales, ambientales, económicos y financieros de un proyecto. Además, a los efectos de la evaluación del impacto socioeconómico, permite recopilar los últimos datos disponibles para determinar el perfil socioeconómico de referencia del área de estudio.

### **2.2.20 Diagnóstico**

Es un análisis utilizado para la obtención de información que es empleada para evaluar la perspectiva del fenómeno objeto de estudio. Payares (2013) define el diagnóstico como el arte o acto de conocer las causas de los problemas de la organización, para ofrecer soluciones acordes a estos. (p.49)

No solamente se realiza cuando una empresa tenga dificultades, también se efectúa para conocer los orígenes de un eficiente rendimiento y optimizarlos.

Permite analizar las debilidades, fuerzas, oportunidades y amenazas, sirve como instrumento para estudiar el entorno, sus políticas, su estructura, en general la gestión que realice.

## **2.3 Marco Legal**

Dentro del Ecuador existen varios órganos reguladores de control y apoyo para las MIPYMES, buscando incentivar a pequeños productores mediante el uso de leyes, códigos y artículos.

### **2.3.1 Constitución de la República del Ecuador**

Según (Decreto Legislativo, 2008). Basados en la constitución de la República del Ecuador elaborado por la Asamblea Constituyente del 2008 y reformada en el 2021, busca promover el sector económico del país basados en los siguientes artículos:

**“Art. 283.-** El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la

producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir”.

“**Art. 311.-** El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario, y de los micros, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria”.

“**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional”.

“**Art. 338.-** El Estado promoverá y protegerá el ahorro interno como fuente de inversión productiva en el país. Asimismo, generará incentivos al retorno del ahorro y de los bienes de las personas migrantes, y para que el ahorro de las personas y de las diferentes unidades económicas se oriente hacia la inversión productiva de calidad.” Pág. 121, 148,151, 158”.

### **2.3.2 Ley de economía Popular y Solidaria**

Según el (REPÚBLICA DEL ECUADOR ASAMBLEA NACIONAL, 2012). Tiene como finalidad promover por parte de forma individual, colectiva en los procesos de producción, comercialización y financiamientos para satisfacer las necesidades y generar ingresos mediante la cooperación de emprendedores. Los artículos relacionados se presentan con los microemprendimientos son:

**“Art. 10.- Capital de riesgo y organizaciones mixtas.** - El Estado Central y los Gobiernos Autónomos Descentralizados participarán en la conformación de capitales de riesgo y de organizaciones mixtas de economía popular y solidaria a través de mecanismos legales y financieros idóneos. El carácter temporal de las inversiones efectuadas por el Estado deberá ser previamente acordado, tanto en tiempo cuanto en forma; privilegiando los procesos de desinversión del Estado en organizaciones donde es o será miembro, asociado o socio en forma parcial, a favor de la y las comunidades en cuyos territorios tales emprendimientos se desarrollen, dentro de las condiciones y plazos establecidas en cada proyecto”.

**” Art. 75.- Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos.** Son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer 47 necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes”.

### **2.3.3 Código de la producción**

Basados en (ASAMBLEA NACIONAL, 2015). El presente código tiene como objetivo el poder regular los procesos de producción y comercialización orientados al buen vivir. Buscando incentivar mediante un valor agregado y poder mejorar la matriz productiva con los siguientes artículos:

**“Art. 5.- Rol del Estado.** - El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado”.

**“Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.** - El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y

Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES”.

**“Art. 62.- Acceso a la banca pública.-** El Consejo Sectorial de la Política Económica determinará y vigilará el acceso de todos los actores productivos al financiamiento de la banca pública; establecerá los lineamientos e incentivos para apoyar el acceso al financiamiento privado, en particular de los actores de la economía popular y solidaria, de las micro, pequeñas y medianas empresas y, determinará los mecanismos para fomentar la profundización del mercado de valores, para incentivar el acceso de todos los actores de la producción y procurar la reducción de los costos de intermediación financiera”.

#### **2.3.4 Ley de emprendimiento**

Según en la constitución de la república del Ecuador consta lo siguiente:

**Artículo 1.- Objeto y ámbito.** - La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor.

El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal.

**Artículo 2.- Objetivos de la ley.** - Son objetivos de esta Ley los siguientes:

- Crear un marco interinstitucional que permita definir una política de Estado que fomente el desarrollo del emprendimiento y la innovación.
- Facilitar la creación, operación y liquidación de emprendimientos.
- Fomentar la eficiencia y competitividad de emprendedores.

- Promover políticas públicas para el desarrollo de programas de soporte técnico, financiero y administrativo para emprendedores.
- Fortalecer la interacción y sinergia entre el sistema educativo y actores públicos, privados, de economía mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal del sistema productivo nacional.
- Impulsar la innovación en el desarrollo productivo.

### **2.3.5 Fomento a los emprendimiento y creación de nuevos negocios**

**Artículo 12.- Registro Nacional de Emprendimiento.** - El Ministerio rector de la Producción creará el Registro Nacional de Emprendimiento -RNE-, el mismo que será el responsable de su creación y actualización en línea, conforme a los parámetros y características establecidos en el reglamento de esta Ley. Los proyectos que consten dentro de este registro se sujetarán al Título III del Libro IV del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

Toda persona natural o jurídica con antigüedad menor a cinco años a la fecha de entrada en vigor de esta Ley, que tenga menos de 49 trabajadores y ventas menores a 1.000.000 USD, podrá constar en el RNE para beneficiarse de los incentivos previstos en esta Ley. Para esto el Ministerio rector de la Producción, previa la emisión del RNE, requerirá los datos que correspondan al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y al Servicio de Rentas Internas, así como a otras entidades vinculadas.

**Artículo 13.- Infraestructura para centros de emprendimientos.** - Con la finalidad de acompañar el desarrollo de emprendimientos, el ente rector de la gestión inmobiliaria del sector público brindará apoyo y facilitará instalaciones, infraestructuras o establecimientos disponibles a su cargo, mediante la suscripción de convenios, a los Gobiernos Autónomos Descentralizados e instituciones del gobierno central, para ser utilizados como centros de incubación gratuita para emprendedores.

De igual forma, el ente rector de la gestión inmobiliaria del sector público podrá facilitar instalaciones, infraestructuras o establecimientos a su cargo, mediante el arrendamiento a precio preferencial para ser utilizados como centros de apoyo, desarrollo y/o aceleradoras de emprendimientos de carácter público y/o privado. La sanción o clausura a un emprendimiento no podrá perjudicar a otros emprendimientos ubicados en el mismo establecimiento.

### **2.3.6 Ley del ambiente**

La ley de gestión ambiental argumenta en los siguientes artículos:

**Art. 39.-** Las instituciones encargadas de la administración de los recursos naturales, control de la contaminación ambiental y protección del medio ambiente, establecerán con participación social, programas de monitoreo del estado ambiental en las áreas de su competencia; esos datos serán remitidos al Ministerio del ramo para su sistematización; tal información será pública.

**Art. 40.-** Toda persona natural o jurídica que, en el curso de sus actividades empresariales o industriales estableciere que las mismas pueden producir o están produciendo daños ambientales a los ecosistemas, está obligada a informar sobre ello al Ministerio del ramo o a las instituciones del régimen seccional autónomo. La información se presentará a la brevedad posible y las autoridades competentes deberán adoptar las medidas necesarias para solucionar los problemas detectados. En caso de incumplimiento de la presente disposición, el infractor será sancionado con una multa de veinte a doscientos salarios mínimos vitales generales.

### **2.3.7 Plan nacional de desarrollo 2021 – 2025**

En lo referente al emprendimiento, según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), somos el país de la región con la tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) más alta del mundo, 36,7%. Sin embargo, somos también la nación donde más pronto los negocios se cierran por problemas personales, de falta de rentabilidad y financiamiento. El BCE con cifras actualizadas hasta el tercer trimestre de 2020, señala que 75 de cada 100 ecuatorianos adultos tienen acceso a productos y servicios

financieros (8,5 millones de adultos). De esta cifra 4,4 millones son hombres y 4,1 millones son mujeres. Planificación (2021)

En lo que refiere el emprendimiento, se precisa eliminar tramites innecesarios, propiciar capacitación y acceso a condiciones óptimas de financiamiento, tomando en cuenta la interrelación que debe existir entre la academia, la empresa y los diferentes niveles de gobierno.

- **Políticas**

- Crear nuevas oportunidades laborales en condiciones dignas, promover la inclusión laboral, el perfeccionamiento de modalidades contractuales, con énfasis en la reducción de brechas de igualdad y atención a grupos prioritarios, jóvenes, mujeres y personas LGBTI+.

- **Lineamiento Territorial**

- Crear redes de empleo, priorizando al acceso a grupos excluidos y vulnerables, con enfoque de plurinacionalidad e interculturalidad.

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Enfoque de Investigación:

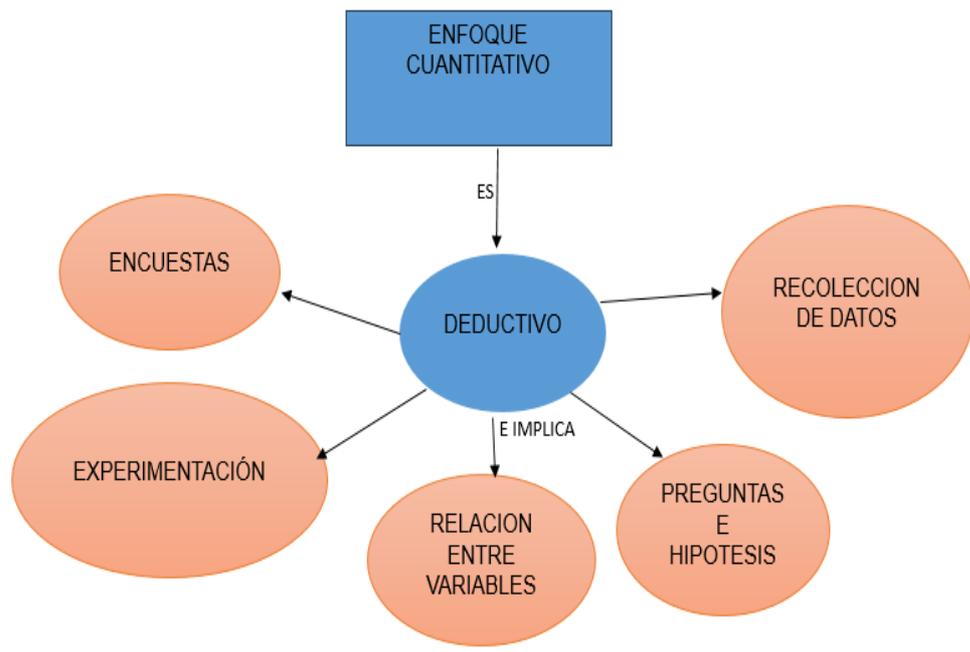
El presente trabajo se desarrolla mediante un enfoque mixto; debido a que desde el punto de vista cuantitativo permite recopilar, y analizar datos de los propietarios de microemprendimientos y establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población determinada. Mientras que desde el punto de vista cualitativo se analiza en profundidad las causas del problema investigado. El enfoque mixto es el proceso de recopilar, analizar y vincular datos cuantitativos y cualitativos en el mismo estudio o en una serie de estudios para abordar el enfoque y justificar su uso. Este enfoque se utilizó en el estudio cuando se consideraron dos métodos (cuantitativo y cualitativo).

**Enfoque cuantitativo.** - Su proceso de investigación se concentra en las mediciones numéricas. Utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación.

Este enfoque utiliza los análisis estadísticos. Se da a partir de la recolección, la medición de parámetros, la obtención de frecuencias y estadígrafos de población. Plantea un problema de estudio delimitado y concreto. Sus preguntas de investigación versan sobre cuestiones específicas. Una vez planteado el problema de estudio, revisa lo que se ha investigado anteriormente. (Hernández et al., 2014)

A esta actividad se le conoce como la revisión de la literatura. (Hernández et al., 2014). Este enfoque cuantitativo trabaja sobre la base de una revisión de literatura que apunta al tema y da como conclusión un marco teórico orientador de la investigación. Estas recolecciones de datos derivan las hipótesis que serán sometidas a prueba para probar la veracidad del estudio. (Hernández et al., 2014) apuntan a si los resultados corroboran las hipótesis o son congruentes con estas, se aporta evidencia en su favor. Si se refutan, se descartan en busca de mejores explicaciones y nuevas hipótesis.

**Figura 9.**  
*Características del enfoque cuantitativo*



**Elaborado por:** Miranda y Narváez, (2023)

**Enfoque cualitativo.** - Para Grinnell (1997), refiere a este enfoque como una investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, es una especie de “paraguas” en el cual se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios no cuantitativos. Existen diversos marcos interpretativos como el interaccionismo, la etnometodología, el constructivismo, el feminismo, la fenomenología, la psicología de los constructos personales, la teoría crítica, etc., que se incluyen en el paraguas cualitativo de Grinnell.

Los procesos de metodología para este tipo de investigación definen características propias que el enfoque ha mostrado en sus diferentes experiencias aplicadas por múltiples estudios. Aquí el investigador plantea un problema, pero no sigue un proceso claramente definido.

Sus planteamientos no son tan específicos como en el enfoque cuantitativo (Hernández et al., 2014). El planteamiento del problema es más bien utilizado para descubrir y refinar preguntas de investigación (Grinnell, 1997).

El enfoque cualitativo es humanista. La mayoría de los estudios no se prueban con hipótesis, estas se generan durante el proceso y van refinándose conforme se recaban más datos o son un resultado del estudio. Se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados, el cual consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos).

El método consiste en hacer preguntas generales y abiertas, recoger información a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, los cuales, según Todd, Nerlich y McKeown (2004), describe y analiza y los convierte en temas conducentes a la indagación de una manera subjetiva

**Enfoque mixto.-** Surge como consecuencia de la necesidad de afrontar la complejidad de los problemas de investigación planteados en todas las ciencias y de enfocarlos de una manera holística. Aquí el investigador utiliza técnicas de los enfoques cuantitativos y cualitativos. Para (Hernández et al., 2014), la investigación mixta no tiene como meta remplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales.

El método de este enfoque mixto busca responder a un problema de investigación desde un diseño concurrente, secuencial, de conversión o de integración según sea los logros planteados. Jick, (1979), introdujo los términos básicos de los diseños mixtos al recurrir a técnicas e instrumentos proporcionados por paradigmas positivistas y naturalistas para la recolección de datos, dando un lugar prioritario a la triangulación de estos.

El proceso de investigación mixto implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio. Este método representa un proceso sistemático, empírico y crítico de la investigación, en donde la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva de la investigación cualitativa pueden fusionarse para dar respuesta a problemas humanos.

Para los metodólogos e investigadores de este enfoque mixto la objetividad y la subjetividad no es una completa realidad cuando se enfrentan a estos estudios, por lo tanto, la búsqueda de información para sustentar un proyecto requiere de una serie de marcos de referencia e intersubjetividades que facilitan la obtención de datos cualitativos y cuantitativos a la vez provocando una complementación entre métodos. Para Ridenour y Newman (2008), los métodos mixtos son más conscientes con nuestra estructura mental y comportamiento habitual. Hernández Sampieri y Mendoza (2008), señalan que estas dos nociones de inducción y deducción han sido importantes para la concepción de la investigación mixta.

**Tabla 4.**  
*Justificación y razonamiento para el uso de los métodos mixtos*

<b>Justificación</b>	<b>Razonamientos</b>
Triangulación o incremento de la validez	Contrastar datos CUAN y CUAL para corroborar y/o confirmar o no los resultados y descubrimientos en aras de una mayor validez interna y externa del estudio
Compensación	Usar datos CUAN y CUAL para contrarrestar las debilidades potenciales de alguno de los dos métodos y robustecer las fortalezas de cada uno.
Complementación	Obtener una visión más comprensiva sobre el planteamiento si se emplean ambos métodos
Amplitud (proceso más integral)	Examinar los procesos más holísticamente (conteo de su ocurrencia, descripción de su estructura y sentido de entendimiento).
Multiplicidad (diferentes preguntas de indagación) Explicación	Responder a diferentes preguntas de investigación (a un mayor número de ellas y más profundamente). Mayor capacidad de explicación mediante la recolección y análisis de datos CUAN y CUAL. Los resultados de un método ayudan a entender los resultados del otro.
Reducción de incertidumbre ante resultados inesperados Desarrollo de instrumentos	Un método (CUAN o CUAL) puede ayudar a explicar los resultados inesperados del otro método. Generar un instrumento para recolectar datos bajo un método, basado en los resultados del otro método, logrando así un instrumento más enriquecedor y comprensivo.
Muestreo	Facilitar el muestreo de casos de un método, apoyándose en el otro.
Credibilidad	Al utilizar ambos métodos se refuerza la credibilidad general de los resultados y procedimientos.
Contextualización	Proveer al estudio de un contexto más completo, profundo y amplio, pero al mismo tiempo generalizable y con validez externa.
ilustración	Ejemplificar de otra manera los resultados obtenidos por un método.
Utilidad	Mayor potencial de uso y aplicación de un estudio (puede ser útil para un mayor número de usuarios o practicantes).
Descubrimiento y confirmación	Usar los resultados de un método para generar hipótesis que serán sometidas a prueba a través del otro método.

Diversidad	Lograr una mayor variedad de perspectivas para analizar los datos obtenidos en la investigación (relacionar variables y encontrarles significado).
Claridad	Visualizar relaciones “encubiertas”, las cuales no habían sido detectadas por el uso de un solo método.
Mejora	Consolidar las argumentaciones provenientes de la recolección y análisis de los datos por ambos métodos.

---

**Fuente:** (Hernández et al., 2010)

### 3.2 Alcance de Investigación:

El alcance de investigación a utilizar para la realización del presente trabajo es de tipo descriptivo debido a que se provee poder buscar y especificar las propiedades, las características y los perfiles de los propietarios de las microempresas en estudio. La investigación descriptiva consta de obtener información de índole cualitativa, de modo que su finalidad principal es describir las características sobresalientes de la situación u objeto de estudio, así mismo, se puede denominar fenómeno o suceso. Además, cabe destacar que su procedimiento es consecuente permitiendo así recopilar información veraz y útil Veiga de Cabo (2008)

### 3.3 Técnicas e instrumento para obtener los datos

Para el desarrollo del estudio se emplean como técnicas de la investigación: la encuesta (enfoque cuantitativo) y la entrevista (enfoque cualitativo). El cuestionario de la encuesta está dirigido a los propietarios de los microemprendimientos que laboran entre las calles Isidro Acurio y Avenida Jaime Roldós del cantón milagro cuyo objetivo es conocer cuál es su situación socioeconómica.

Las técnicas empleadas son la entrevista y la encuesta:

**La entrevista.** - Según (Díaz et al., 2013), “es la herramienta que consta en formular preguntas abiertas o cerradas dependiendo de la necesidad y objetivo de la investigación, cabe mencionar que se puede obtener datos tanto cualitativos como cuantitativos, por ello es relevante conocer la manera de plantear interrogantes de modo que se evitaría la obtención de información errónea que puede alterar los resultados”. (p.8)

**La encuesta.** - Según Tamayo y Tamayo (2008), “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”. (p.24).

Para el desarrollo de la investigación se aplicó una entrevista a un microempresario de experiencia del sector. En el Anexo 1 se muestra el formato del cuestionario a realizar durante la encuesta y en el Anexo 2 se muestra el formato del cuestionario de la entrevista a realizar.

### **3.4 Población y muestra**

En la investigación se realizó un censo durante 10 días (Del 14 al 24 de mayo) en la zona de estudio lográndose identificar un total de 54 microemprendimientos por tanto se decidió trabajar con este número como tamaño de muestra.

La muestra determinada es de tipo no probabilístico.

Según (Cuesta, 2009) “El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados”.(p. 11)

### 3.5 Presentación y análisis de los resultados

#### 3.5.1 Encuesta de datos generales

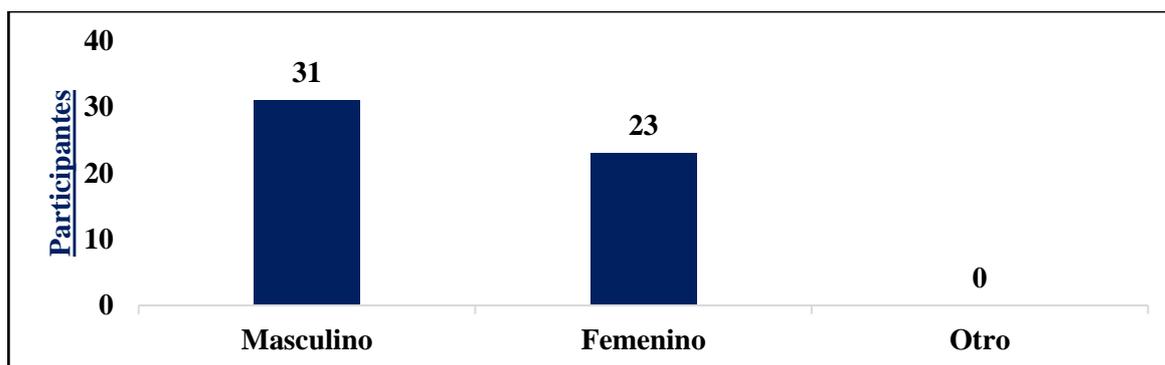
##### Pregunta 1.- ¿Cuál es su sexo?

Tabla 5.  
Sexo de los dueños de los microemprendimientos

P1	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	$f_i$	$f_{ai}$	$f_{ri}$	$f_{rai}$
Masculino	31	31	57.41%	57.41%
Femenino	23	54	42.59%	100.00%
Otro	0	54	0.0%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

Figura 10.  
Sexo de los dueños de los microemprendimientos



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

##### Interpretación:

Como se puede observar en la figura 10 el 57.41% de los participantes son de sexo masculino y el 42.59% son de sexo femenino, se puede analizar que el número de participantes encuestado da con un mayor porcentaje es el sexo masculino.

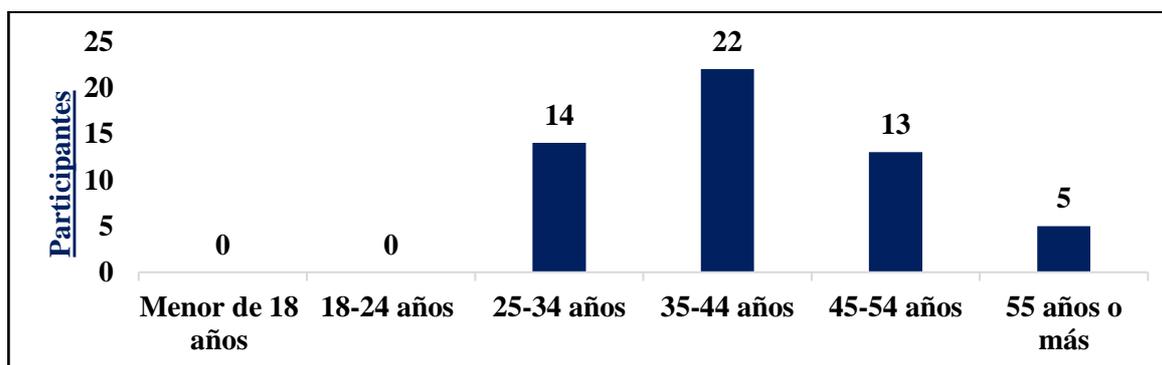
## Pregunta 2.- ¿Cuál es su edad?

**Tabla 6.**  
*Edad de los dueños de los microemprendimientos*

P1	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	$f_i$	$fa_i$	$fr_i$	$fra_i$
Menor de 18 años	0	0	0.0%	0.0%
18-24 años	0	0	0.0%	0.0%
25-34 años	14	14	25.93%	25.93%
35-44 años	22	36	40.74%	66.67%
45-54 años	13	49	24.07%	90.74%
55 años o más	5	54	9.26%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Figura 11.**  
*Edad de los dueños de los microemprendimientos*



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

### Interpretación:

Según en el análisis tanto de la tabla 6 y figura 11 podemos indicar que el porcentaje más alto correspondiente al 40.74% son entrevistados entre 35 a 44 años, seguido del 25.93% con edad entre los 25 a 34 años, el 24.07% de 45 a 54 años y por último tenemos el 9.26% con participantes de 55 años en adelante, podemos decir que los participantes con mayor índice de microemprendimiento tienen una edad entre los 35 a 44 años.

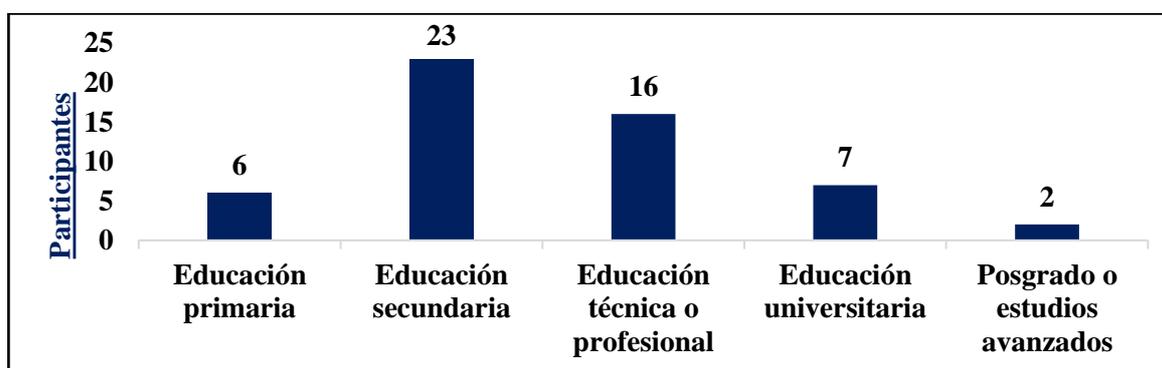
### Pregunta 3.- ¿Cuál es su nivel educativo alcanzado?

**Tabla 7.**  
*Nivel educativo*

P1	FRECUENCIA			
	Absoluta $f_i$	Acumulada $f_{a_i}$	Relativa $f_{r_i}$	Relativa Acumulada $f_{ra_i}$
Educación primaria	6	6	11.11%	11.11%
Educación secundaria	23	29	42.60%	53.71%
Educación técnica o profesional	16	45	29.63%	83.34%
Educación universitaria	7	52	12.97%	96.31%
Posgrado o estudios avanzados	2	54	3.69%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Figura 12.**  
*Nivel educativo*



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

#### Interpretación:

Se puede analizar que el 42.60% de los participantes que tienen microemprendimientos tiene educación secundaria, seguido del 29.63% tienen educación profesional, el 12.97% cuenta con educación universitaria, así mismo el 11.11% solo tiene educación primaria y por último el 3.69% tiene estudios avanzados, como conclusión los dueños de los microemprendimientos con mayor porcentaje solo han concluido en su etapa de educación secundaria.

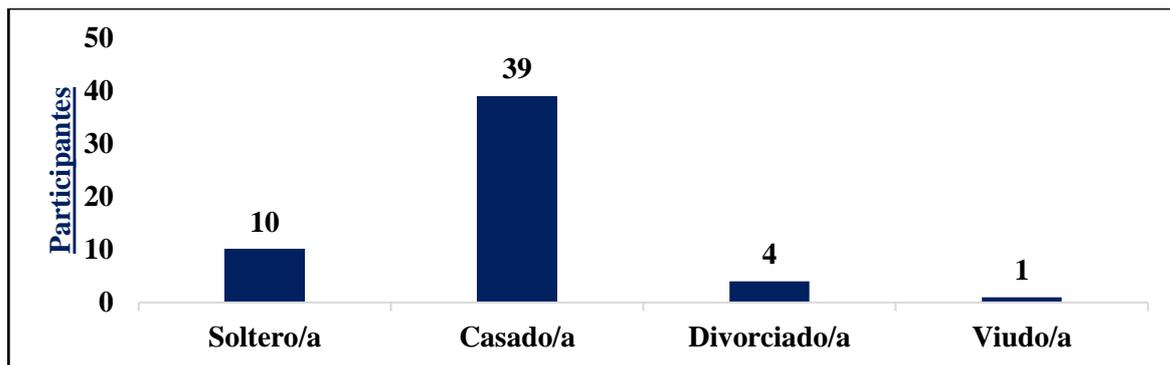
#### Pregunta 4.- ¿Cuál es su estado civil?

**Tabla 8.**  
*Estado civil*

P1	FRECUENCIA			
	Absoluta $f_i$	Acumulada $f_{ai}$	Relativa $fr_i$	Relativa Acumulada $fra_i$
Soltero/a	10	10	18.52%	18.52%
Casado/a	39	49	72.22%	90.74%
Divorciado/a	4	53	7.41%	98.15%
Viudo/a	1	54	1.85%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Figura 13.**  
*Estado civil*



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

#### Interpretación:

Como se observa en la anterior figura podemos analizar que el mayor porcentaje de dueños de microemprendimiento están casados con un total de 72.22%, se puede decir también que el 18.52% de los participantes en la encuesta están solteros, con un 7.41% tenemos a participantes que están divorciados y para concluir con el 1.85% tenemos a una persona que es viuda.

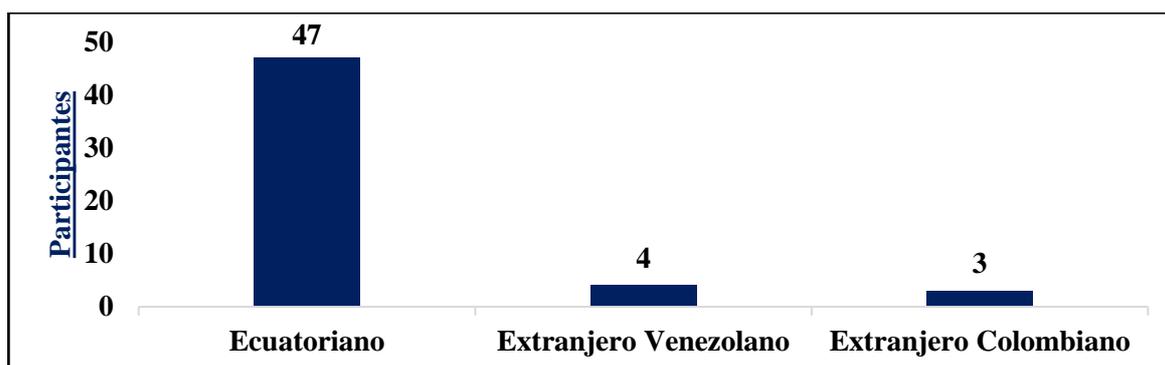
## Pregunta 5.- ¿Cuál es su nacionalidad?

**Tabla 9.**  
*Nacionalidad*

P1	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	$f_i$	$fa_i$	$fr_i$	$fra_i$
Ecuatoriano	47	47	87.03%	87.03%
Extranjero Venezolano	4	51	7.41%	94.44%
Extranjero Colombiano	3	54	5.56%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Figura 14.**  
*Nacionalidad*



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

### Interpretación:

Como interpretación de la anterior figura podemos sacar como conclusión que el 87.03% de los microemprendimientos de los participantes encuestados son de nacionalidad ecuatoriana, seguido del 7.41% que son de nacionalidad venezolana y por último con un 5.56% son de nacionalidad colombiana, el mayor número de porcentaje para este análisis es de participantes ecuatorianos.

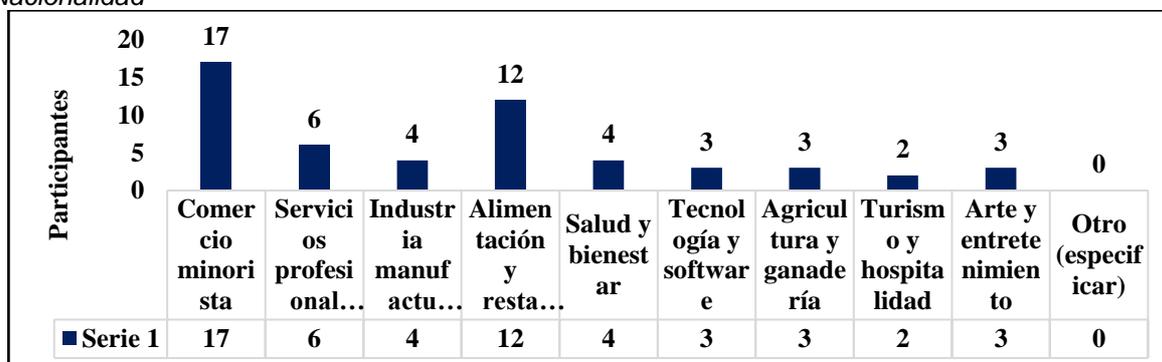
**Pregunta 6.- ¿Cuál es el tipo de negocio en el que está involucrado/a actualmente?**

**Tabla 10.**  
*Tipo de negocio*

P1	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	$f_i$	$fa_i$	$fr_i$	$fra_i$
Comercio minorista	17	17	31.48%	31.48%
Servicios profesionales (consultoría, asesoría, etc.)	6	23	11.11%	42.59%
Industria manufacturera	4	27	7.40%	49.99%
Alimentación y restaurantes	12	39	22.22%	72.21%
Salud y bienestar	4	43	7.40%	79.61%
Tecnología y software	3	46	5.56%	85.17%
Agricultura y ganadería	3	49	5.56%	90.73%
Turismo y hospitalidad	2	51	3.71%	94.44%
Arte y entretenimiento	3	54	5.56%	100.00%
Otro (especificar)	0	0	100.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Figura 15.**  
*Nacionalidad*



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Interpretación:**

Se puede observar que el mayor número de porcentaje dentro de los 54 participantes que se realizó por medio de la encuesta los comercios minoristas tiene un alto porcentaje superando a los demás microemprendimientos en el sector seleccionado con un 31.48%, seguido de microemprendimientos de alimentación con un 22.22%, seguido por el 11.11% en servicios profesionales y así entre otros, existe una gran variedad de microemprendimientos siendo beneficioso para las personas naturales que deseen requerir cualquier tipo de necesidad.

### 3.6 Presentación y análisis de los resultados

#### 3.6.1 Encuesta

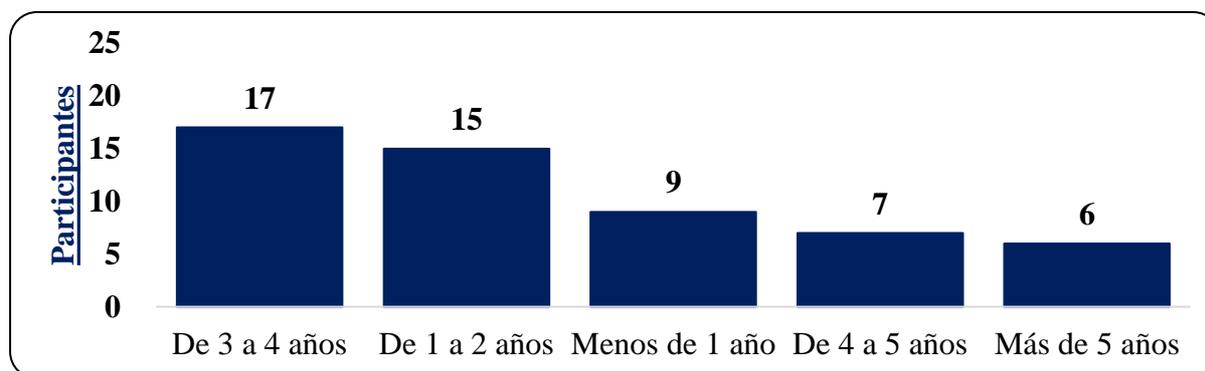
#### Pregunta 1.- ¿Qué tiempo tiene en el mercado su microemprendimiento?

Tabla 11.  
Tiempo laborando

P1	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	$f_i$	$fa_i$	$fr_i$	$fra_i$
De 3 a 4 años	17	17	31.48%	31.48%
De 1 a 2 años	15	32	27.78%	59.26%
Menos de 1 año	9	41	16.67%	75.93%
De 4 a 5 años	7	48	12.96%	88.89%
Más de 5 años	6	54	11.11%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

Figura 16.  
Tiempo laborando



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

#### Interpretación:

Se observó que el 31.48% de los participantes tiene un tiempo de entre 3 a 4 años con su microemprendimiento, el 27.78% de 1 a 2 años, el 16.67% menos de 1 año, el 12.96% de 4 a 5 años y el 11.11% más de 5 años. Por lo tanto, se concluyó que la mayor parte de los microemprendimientos han mantenido su actividad de manera apropiada, durante un período de tiempo conservador.

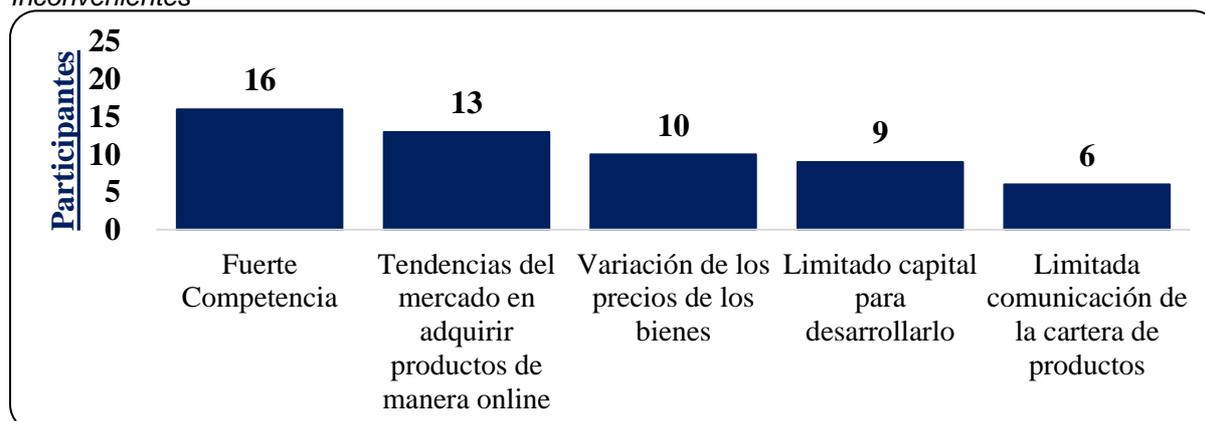
## Pregunta 2.- ¿Cuáles han sido los principales inconvenientes que tiene su microemprendimiento?

**Tabla 12.**  
*Inconvenientes*

P2	FRECUENCIA			
	Absoluta $f_i$	Acumulada $fa_i$	Relativa $fr_i$	Relativa Acumulada $fra_i$
Fuerte competencia	16	16	29.63%	29.63%
Tendencias del mercado en adquirir productos de manera online	13	29	24.07%	53.70%
Variación de los precios de los bienes	10	39	18.52%	72.22%
Limitado capital para desarrollarlo	9	48	16.67%	88.89%
Limitada comunicación de la cartera de productos.	6	54	11.11%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Figura 17.**  
*Inconvenientes*



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

### Interpretación:

Se observó que el 29.63% de los participantes indicaron que los principales inconvenientes que han tenido en sus microemprendimientos son la fuerte competencia, el 24.07% las tendencias del mercado en adquirir productos de manera online, el 18.52% la variación de los precios de bienes, el 16.67% el limitado capital para desarrollarlo y el 11.11% la limitada comunicación de la cartera de productos. Por lo tanto, se concluyó que uno de los principales problemas que han tenidos los microemprendimientos se centra tanto por parte de la competencia, los cambios de conductas de los clientes al momento de adquirir los productos que requiere y la variación de los productos que comercializa.

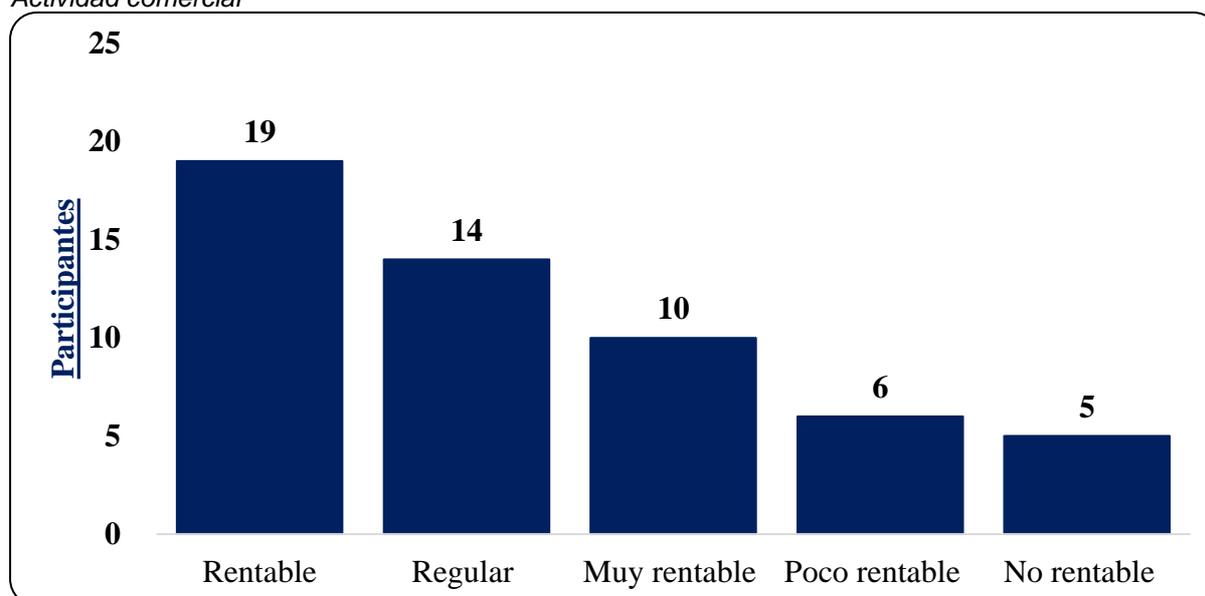
**Pregunta 3.- ¿Cómo considera usted la actividad de comercializar de su microemprendimiento?**

**Tabla 13.**  
*Actividad comercial*

P3	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	$f_i$	$f_{ai}$	$f_{ri}$	$f_{rai}$
Rentable	19	19	35.19%	35.19%
Regular	14	33	25.93%	61.11%
Muy rentable	10	43	18.52%	79.63%
Poco rentable	6	49	11.11%	90.74%
No rentable	5	54	9.26%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Figura 18.**  
*Actividad comercial*



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Interpretación:**

Se observó que el 35.19% de los participantes indicaron que la actividad de su microemprendimiento es rentable, el 25.93% regular, el 18.52% muy rentable, el 11.11% poco rentable y el 9.26% no rentable. Por lo tanto, se concluyó que la mayor parte de los propietarios de los microemprendimientos considera que son rentables, por lo que siguen haciendo todo lo posible por mantenerlo en el mercado, aun con sus limitaciones de conocimiento. Sin embargo, no se genera un desarrollo en ellos por lo anteriormente señalado.

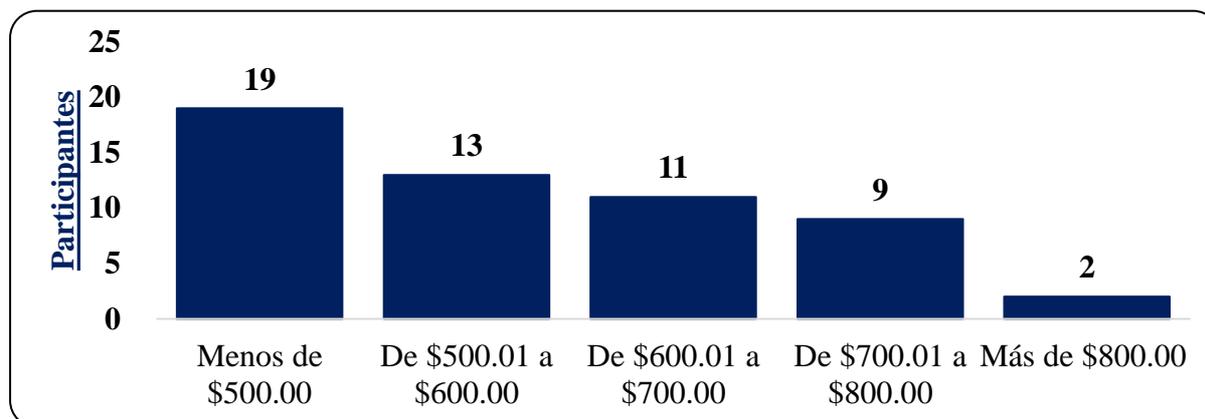
**Pregunta 4.- ¿Cuánto es su ingreso mensual por las ventas en su microemprendimiento?**

**Tabla 14.**  
*Presupuesto*

P4	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	$f_i$	$f_{a_i}$	$f_{r_i}$	$f_{r_{a_i}}$
Menos de \$500.00	19	19	35.19%	35.19%
De \$500.01 a \$600.00	13	32	24.07%	59.26%
De \$600.01 a \$700.00	11	43	20.37%	79.63%
De \$700.01 a \$800.00	9	52	16.67%	96.30%
Más de \$1,000.00	2	54	3.70%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Figura 19.**  
*Presupuesto*



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Interpretación:**

Se observó que el 35.19% de los participantes indicaron que los microemprendimientos suelen llegar a generar unos ingresos de \$500.00 USD, el 24.07% de entre \$500.00 USD a \$600.00 USD, el 20.37% de entre \$600.00 USD a \$700.00 USD, el 16.67% de entre los \$700.00 USD a \$800.00 USD y el 3.70% más de \$1,000.00 USD. Por lo tanto, se concluyó que, a pesar de ser negocios sin una gran estructura organizacional suelen generar ingresos moderados para sus propietarios. No obstante, de ser manejados de manera idónea se puede tener unos ingresos mayores.

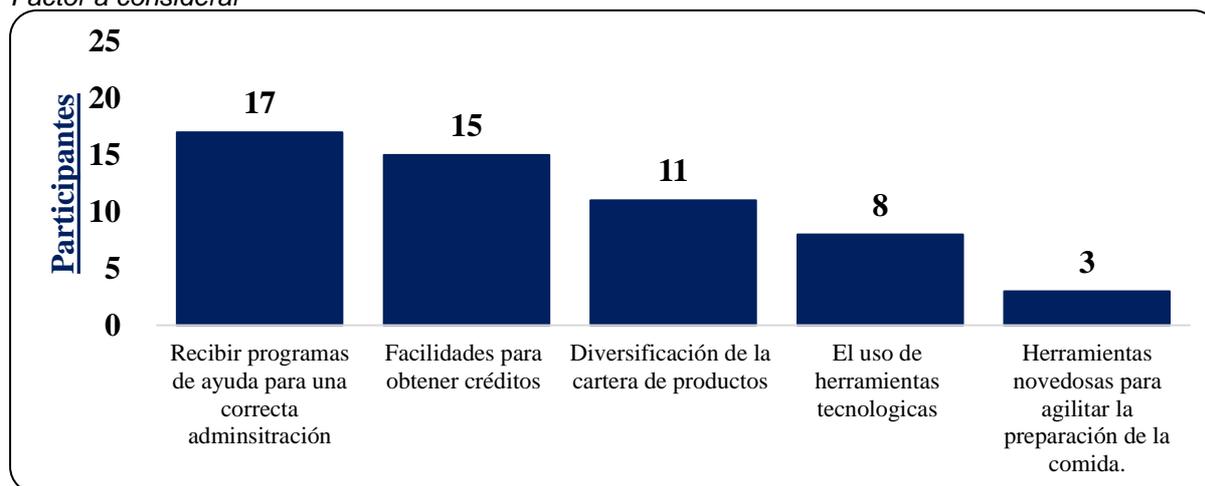
## Pregunta 5.- ¿Qué factores considera que ayudarían a mejorar la situación de su microemprendimiento?

Tabla 15.  
Factor a considerar

P5	FRECUENCIA			
	Absoluta $f_i$	Acumulada $fa_i$	Relativa $fr_i$	Relativa Acumulada $fra_i$
Recibir programas de ayuda para una correcta administración.	19	19	35.19%	35.19%
Facilidades para obtener créditos.	17	36	31.48%	66.67%
Diversificación de la cartera de productos.	15	51	27.78%	94.44%
El uso de herramientas tecnológicas.	2	53	3.70%	98.15%
Alianzas estratégicas con otras marcas	1	54	1.85%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

Figura 20.  
Factor a considerar



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

### Interpretación:

Se observó que el 35.19% de los participantes, considera como alternativa viable para ayudar a mejorar sus microemprendimientos el recibir programas de ayuda para una correcta administración, el 31.48% las facilidades para obtener créditos, el 27.78% la diversificación de la cartera de productos, el 3.70% el uso de herramientas tecnológicas y el 1.85% las alianzas estratégicas con otras marcas. Por lo tanto, se concluyó que es necesario que se tome cartas en el asunto y se pueda brindar programas de ayuda a los propietarios de los microemprendimientos para que de esa forma puedan crecer económicamente.

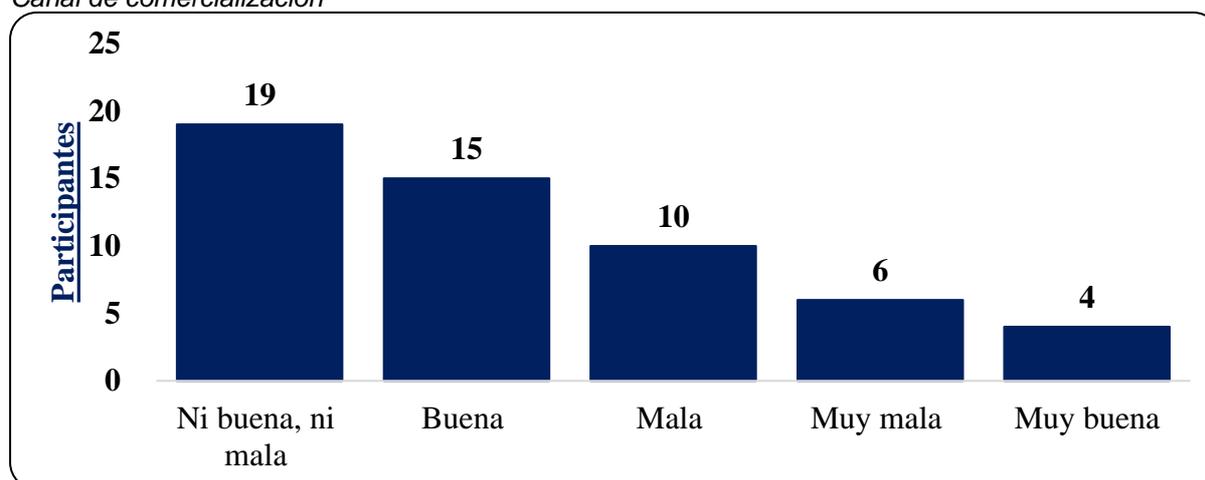
**Pregunta 6.- ¿Cómo considera usted la opción de realizar un préstamo bancario para invertir en su microemprendimiento?**

**Tabla 16.**  
*Canal de comercialización*

P6	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	$f_i$	$f_{a_i}$	$f_{r_i}$	$f_{r_{a_i}}$
Ni buena, ni mala	19	19	35.19%	35.19%
Buena	15	34	27.78%	62.96%
Mala	10	44	18.52%	81.48%
Muy mala	6	50	11.11%	92.59%
Muy buena	4	54	7.41%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Figura 21.**  
*Canal de comercialización*



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Interpretación:**

Se observó que el 35.19% de los participantes considera que la opción de un préstamo bancario es ni bueno, ni malo, el 27.78% lo considera buena, el 18.52% el considera mala, el 11.11% lo considera muy malo y el 7.41% lo considera muy buena. Por lo tanto, se concluyó que la mayor parte de los propietarios de los microemprendimientos no tienen un buen concepto de los préstamos bancarios, pues siempre terminan con una negativa de parte de ellos por los bajos niveles de score que tienen o por sus bajos ingresos.

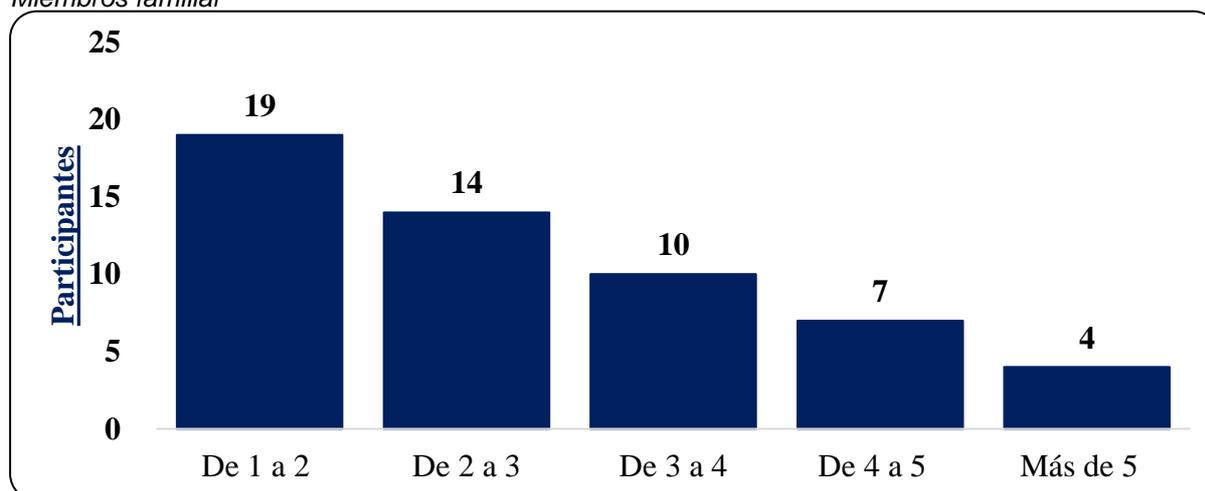
**Pregunta 7.- ¿Cuántos miembros de su familia dependen de su microemprendimiento?**

**Tabla 17.**  
*Miembros familiar*

P7	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	$f_i$	$f_{ai}$	$f_{ri}$	$f_{rai}$
De 1 a 2	19	19	35.19%	35.19%
De 2 a 3	14	33	25.93%	61.11%
De 3 a 4	10	43	18.52%	79.63%
De 4 a 5	7	50	12.96%	92.59%
Más de 5	4	54	7.41%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Figura 22.**  
*Miembros familiar*



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Interpretación:**

Se observó que el 35.19% de los participantes indicó que sus microemprendimientos les ayudan a solventar los gastos de sus familiares de entre 1 a 2, el 25.93% de 2 a 3 familiares, el 18.52% de 3 a 4 familiares, el 12.96% de 4 a 5 familiares y el 7.41% más de 5 familiares. Por lo tanto, se concluyó que los microemprendimientos les ayudan a sus propietarios a solventar los gastos de varios familiares, por lo que es realmente necesario que se pueda brindar una ayuda para que estos se desarrollen y mejoren sus capacidades competentes para que sigan cubriendo dichas necesidades.

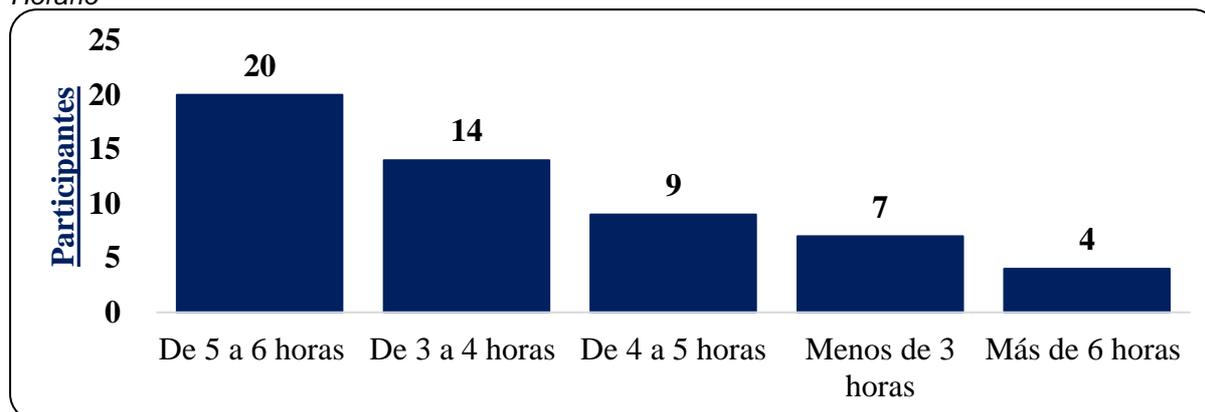
**Pregunta 8.- ¿Cuál es el horario que usted dedica a laboral en su microemprendimiento?**

**Tabla 18.**  
*Horario*

P8	FRECUENCIA			
	Absoluta $f_i$	Acumulada $fa_i$	Relativa $fr_i$	Relativa Acumulada $fra_i$
De 5 a 6 horas	17	17	31.48%	31.48%
De 3 a 4 horas	15	32	27.78%	59.26%
De 4 a 5 horas	11	43	20.37%	79.63%
Menos de 3 horas	8	51	14.81%	94.44%
Más de 6 horas	3	54	5.56%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>		<b>100.00%</b>	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Figura 23.**  
*Horario*



Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

**Interpretación:**

Se observó que el 31.48% de los participantes dedica un horario a laborar en su microemprendimiento de entre 5 a 6 horas, el 27.78% de entre 3 a 4 horas, el 20.37% de entre 4 a 5 horas, el 14.81% menos de 3 horas y el 5.56% más de 6 horas. Por lo tanto, se concluyó que muchos propietarios disponen un horario acorde al funcionamiento de su negocio

### **3.6.2 Análisis de resultados de las encuestas.**

Con base a los resultados obtenidos en la investigación se evidenció que la mayor parte de los microemprendimientos han mantenido su actividad de manera apropiada, durante un período de tiempo conservador. Asimismo, uno de los principales problemas que han tenido los microemprendimientos se centra tanto por parte de la competencia, los cambios de conductas de los clientes al momento de adquirir los productos que requiere y la variación de los productos que comercializa.

La mayor parte de los propietarios de los microemprendimientos considera que son rentables, por lo que siguen haciendo todo lo posible por mantenerlo en el mercado, aun con sus limitaciones de conocimiento. Sin embargo, no se genera un desarrollo en ellos por lo anteriormente señalado. También, a pesar de ser negocios sin una gran estructura organizacional suelen generar ingresos moderados para sus propietarios. No obstante, de ser manejados de manera idónea se puede tener unos ingresos mayores. Además, es necesario que se tome cartas en el asunto y se pueda brindar programas de ayuda a los propietarios de los microemprendimientos para que de esa forma puedan crecer económicamente.

La mayor parte de los propietarios de los microemprendimientos no tienen un buen concepto de los préstamos bancarios, pues siempre terminan con una negativa de parte de ellos por los bajos niveles de score que tienen o por sus bajos ingresos. Por otro lado, los microemprendimientos les ayudan a sus propietarios a solventar los gastos de varios familiares, por lo que es realmente necesario que se pueda brindar una ayuda para que estos se desarrollen y mejoren sus capacidades competentes para que sigan cubriendo dichas necesidades. Por último, muchos propietarios disponen un horario acorde al funcionamiento de su negocio.

### **3.6.3 Entrevista**

#### **Datos del entrevistado**

**Nombre y dueño del negocio:** Wilmer Enrique

**Apellido:** Saguay Pichu

**C.I:** 0956475198

**Nombre del negocio:** Voluntad de Dios

#### **Pregunta 1.- ¿Cuál es el impacto que tiene su microemprendimiento por los efectos de la inseguridad?**

Bueno el impacto de la inseguridad ha sido muy fuerte, la mayoría de las personas que solían visitar el negocio ya no lo hacen y tratan siempre de evitar salir de sus domicilios debido a que en varias ocasiones han sido víctimas de robo.

#### **Pregunta 2.- ¿Qué opina usted de realizar una asociación entre todos los microemprendimientos de la zona?**

Es una idea atractiva. Sin embargo, llevarla a la realidad es muy difícil, pues no todos comparten la idea de formar parte de un grupo en sí. Los dueños de estos negocios solo se concentran en obtener sus ingresos diarios sin involucrarse en muchas cosas con los demás.

#### **Pregunta 3.- ¿Por qué cree usted que no ha podido desarrollar su microemprendimiento a lo largo de su tiempo en el mercado?**

Pues una de las principales razones es la falta de capital para adquirir mercadería, el sistema financiero no nos brinda un apalancamiento en la actualidad debido a que no tenemos un perfil que garantice los pagos de la deuda adquirida. Además, no todos los propietarios superan los ingresos de \$500.00 USD en sus negocios, eso es un factor que nos ata a seguir en donde estamos.

#### **3.6.4 Análisis de los resultados de las entrevistas**

Con base a la entrevista realizada, tomamos en cuenta que el señor Wilmer Saguay es un propietario empírico puesto que durante la entrevista nos relató que se vino del campo a la ciudad con su familia para mejorar su economía para ponerse un local de verduras , pero asegura que así mismo como el, varias personas migran del campo a la ciudad y existe mucha competencia y otro punto que analizamos en la entrevista y que nos comento es la inseguridad en la ciudad ha reducido las ventas porque la gente tiene miedo a salir a comprar por miedo de que les ocurra algo.

## CAPÍTULO IV

### PROPUESTA

#### 4.1 Propuesta

##### 4.1.1 Antecedentes

En el mercado del cantón Milagro se ha podido observar que los propietarios de microemprendimientos de la calle Isidro Acurio y Avenida Jaime Roldós presentan inconvenientes en el manejo de sus negocios, pues muchos carecen de los conocimientos pertinentes para temas enfocados en la comunicación de sus beneficios, así como proceder a financiamientos a través de entidades bancarias para incrementar el inventario y finalmente la gestión de procesos de ventas eficientes en canales tanto online como físico.

##### 4.1.2 Análisis FODA

Tabla 19.

Matriz FODA

	Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
Factores Internos	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	<b>F1.-</b> Precio ajustado al poder adquisitivo del target	<b>D1.-</b> Carente uso de estrategias promocionales
	<b>F2.-</b> Atención personalizada a sus clientes.	<b>D2.-</b> Poco reconocimiento de la marca
	<b>F3.-</b> Respuesta inmediata	<b>D3.-</b> Ausencia de personal capacitado en manejo de redes sociales
	<b>F4.-</b> Alto surtido de producto	<b>D4.-</b> Carente comunicación de los productos en redes sociales.
	<b>F5.-</b> Ubicación con fuerte afluencia	<b>D5.-</b> Ausencia de personal influyente para las marcas.
Factores externos	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
	<b>O1.-</b> Costos bajos en la inversión de medios digitales.	<b>A1.-</b> Clientes inseguros de las redes sociales.
	<b>O2.-</b> Alta afluencia de personas	<b>A2.-</b> Incursión de nuevos competidores del extranjero.

	<b>O3.-</b> Probabilidad alta de alianza estratégicas.	<b>A3.-</b> Alta competencia en medios digitales.
	<b>O4.-</b> Diversos canales de comunicación digital	<b>A4.-</b> Fuerte capital por parte de otras empresas que sustraigan idea.
	<b>O5.-</b> Múltiples aplicaciones para la entrega a domicilio	<b>A5.-</b> Inestabilidad económica del país.

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

## 4.2 Implementación estratégica

Tabla 20.

Matriz estratégica

¿Qué? Estrategia	¿Cómo? Acciones por realizar	¿Cuándo?					
		M1	M2	M3	M4	M5	M6
<b>EO1.-</b> Estrategia de capacitación	<b>A1a.-</b> Generar charlas a todos los propietarios de microempresarios para el correcto manejo de los recursos.						
<b>EO2.-</b> Estrategia de comunicación efectiva	<b>A2a.-</b> Desarrollar actividades que permitan la exposición de sus productos en ferias y eventos populares						
<b>EO3.-</b> Estrategia Alianza	<b>Aa.-</b> Crear una asociación entre todos los propietarios de microempresarios						
<b>EO4.-</b> Estrategia de eficiencia de costos	<b>A4a.-</b> Realizar reuniones con los propietarios de microempresarios para adquirir la cantidad de insumos al por mayor y reducir los costos.						

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

## 4.3. Plan de Acción Estratégico

### 4.3. 1. Análisis del entorno

#### 4.3.1.1 Entorno Económico

En 2020, el déficit del sector público no financiero fue de 5.531 millones de dólares americanos (5,6% PIB), que representa 2.079 millones adicionales a las cifras registradas en 2019. Además, las fuentes de ingresos disminuyeron en -6.037

millones de dólares (-16,8%), los ingresos tributarios disminuyeron -en particular, las recaudaciones del impuesto sobre el valor agregado (IVA), y las ventas externas de petróleo tuvieron una significativa reducción de los ingresos. En el presupuesto general del Estado existió reducción del 9,6%, disminuyendo 3.418 millones de dólares. En esta compleja situación, hubo un incremento de la deuda pública agregada que aumentó a 63.163 millones de dólares en 2020 (63,9% del PIB).

#### **4.3.1.2 Entorno Social**

La pobreza afecta a un 35% de la población, el desempleo formal es del 6%, y gran parte trabaja informalmente en las calles (Barria, 2021), este panorama se incrementó desde que se produjo la pandemia que ocasionó el cierre de las pymes y a la alta migración de venezolanos hacia Ecuador.

#### **4.3.1.2 Entorno Tecnológico**

La tecnología representa es esencial para el sector industrial, siendo un factor determinante para su desarrollo. Ecuador no está posicionado entre los países con más desarrollo tecnológico (García, 2018); en el ranking de competitividad A.L. en el acceso a tecnología tiene una calificación de 3,6 sobre 10 (Garcia Ortega, 2018).

#### **4.3.1.4 Entorno Ambiental**

En relación con políticas ambientales, en Ecuador, existe una normativa que establece que las industrias deben implementar un manejo ambiental que promueva procesos específicos en su proceso productivo para prevenir la contaminación a través del tratamiento adecuado de residuos.

#### **4.3.1.4 Entorno Legal**

La constitución de Ecuador establece el reconocimiento al ejercicio de actividades productivas y comerciales, a la propiedad privada, es decir, existe una normativa que tiene como finalidad asegurar el desenvolvimiento de las organizaciones. Por esta razón, las leyes pertinentes son favorables para las empresas y permiten un libre ejercicio.

#### **4.3.1.5 Canales De Comunicación**

**Redes Sociales.** En redes sociales como Facebook, Instagram, y WhatsApp, existe la oportunidad de ofertar productos y promociones de temporada para atraer clientes.

#### **4.3.1.6 Recursos Clave**

**Recursos físicos:** Los microempresarios cuentan con un stock de materiales y equipos, acordes a las necesidades de funcionamiento,

**Recurso Humano:** Los microempresarios emplean talento humano en forma ocasional para actividades de ventas.

**Ayudante Logístico y de ventas:** Sus funciones son: Preparar pedidos, informar sobre estado del inventario y de los materiales e insumos que se necesite, receptar pedidos de clientes, entregar productos.

#### **4.3.1.7 Actividades Clave**

A continuación, el detalle de las actividades indispensables para los microempresarios y aquellas que se pretende que sean parte de su manejo habitual para cumplir con los objetivos y la planificación establecidos:

- Búsqueda y selección de proveedores, establecer acuerdos que permitan tener condiciones de adquisición y pago favorables.
- Campañas mediante redes sociales, para atraer más clientes.
- Establecer un cronograma de cumplimiento para las actividades de adquisición, proveedores, ventas.

#### **4.3.1.8 Socios Clave**

Es importante que los microempresarios cuenten con un importante manejo de socios claves, tales como tiendas especializadas, distribuidores, que muestran o venden.

### 4.3.1.9 Ingresos

Los únicos ingresos de los microempresarios lo constituyen la venta de productos, por lo que se debería establecer un catálogo de productos para atraer más clientes y de este modo incrementarlos para mejorar el margen de ganancias.

## 4.3 2. Indicadores y Objetivos para el Plan de Acción

**Tabla 21**

*Plan de objetivos para el plan de acción*

OBJETIVO	INDICADORES DE OBJETIVOS	ESTRATEGIA	Enfoque de la estrategia	Fecha	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
<b>Elaborar un Documento con clientes potenciales y actuales que contenga información relevante de sus preferencias, tendencias de compras, y requerimientos de productos (el mismo que puede ser actualizado cada 3 o 6 meses).</b>	Número de clientes actuales y Potenciales contenidos en el registro	Determinar la información actual	Promoción		Establecer la información que se tiene actualmente	Ayudante logístico y de ventas
					Realizar un formato con la información obtenida.	Microempresario
	Establecer preferencias y tendencias de compras de los clientes	Producto y promoción		Desarrollar encuesta para conocer información sobre el comportamiento de las compras de los clientes		
					Aplicar la encuesta a todos los clientes, incluyendo las personas que han efectuado compras una sola vez.	
<b>Elaborar catálogo de productos</b>	Cantidad de	Establecer los productos	Producto		Crear documento que incluya los	

OBJETIVO	INDICADORES DE OBJETIVOS	ESTRATEGIA	Enfoque de la estrategia	Fecha	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
	productos ofertados	de mayor demanda e incluirlos en el catálogo			productos de mayor demanda	
					Analizar procesos de comercialización, presupuesto, y materiales y seleccionar los más rentables	
<b>Aumentar el volumen de ventas en 1 año.</b>	Volumen de ventas	Mantener el interés del cliente en la oferta de productos.	Promoción		Elaborar recordatorios con fecha para la recompra de productos de cada cliente.	
					Efectuar llamadas recordatorias para conocer sobre la recompra y ofertar servicios de entrega a domicilio sin costos adicionales	
				Remitir vía e-mail datos de promociones, productos, y publicidad		
		Satisfacer las necesidades de clientes de forma ágil y oportuna		Promoción y Producto	Identificar los productos más consumidos por los clientes.	
					Implementar un plan que permita tener los productos de mayor	

OBJETIVO	INDICADORES DE OBJETIVOS	ESTRATEGIA	Enfoque de la estrategia	Fecha	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
					preferencia, disponibles para la venta y variables constantemente en los showrooms de las personas o empresas distribuidoras	
					Implementar un plan de compras para lograr un abastecimiento constante de los productos	
<b>Posicionar el emprendimiento en redes sociales.</b>	Tasas de audiencia Número de seguidores Índice de interacción Número de Likes Shares comment Followers	Generar interés en los actuales y potenciales clientes en redes sociales	Promoción		Agregar botones en cada publicación para que direccionen a las redes sociales.	
					Remitir a los clientes mediante e-mail y WhatsApp, links con datos relevantes e interesantes que los motive a seguir la página y ubicar like en las publicaciones	
					Añadir hashtags en publicaciones comunes en búsquedas y permitan atraer clientes a las redes	

OBJETIVO	INDICADORES DE OBJETIVOS	ESTRATEGIA	Enfoque de la estrategia	Fecha	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
					sociales de la organización	
		Generar un cronograma de publicaciones que permitan mantener una presencia activa y atractiva para los clientes			Realizar publicaciones semanales con contenidos de calidad sobre los productos que se ofertan	
					Establecer promociones cada 2 meses que den a conocer productos a los clientes	
		Generar un cronograma de publicaciones que permitan mantener una presencia activa y atractiva para el cliente	Promoción		Establecer la hora y el día en la que la audiencia de la empresa esta activa, por lo que las publicaciones se vuelven eficientes	
		Crear página Web para difundir a los clientes los productos ofertados	Promoción		Efectuar el diseño y construcción de página web inicialmente mediante un sitio gratuito para generar conexión y fidelidad de los	

OBJETIVO	INDICADORES DE OBJETIVOS	ESTRATEGIA	Enfoque de la estrategia	Fecha	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
					clientes con los microemprendimientos	
<b>Posicionar el emprendimiento en redes sociales.</b>	Tasas de audiencia Número de seguidores Índice de interacción Número de Likes Shares comment Followers	Realizar el diseño y construcción de la página inicialmente en un sitio gratuito para crear conexión y fidelidad de los usuarios con la empresa y sus productos	Promoción y Producto		Establecer tiempos de respuesta menores a 15 minutos para preguntas, comentarios, o mensajes enviados por quienes interactúan en redes sociales	
					Determinar publicaciones específicas (Call to action), que permitan al cliente mantener interés en los microemprendimientos y en las publicaciones	

Elaborado por: Miranda y Narváez (2023)

### 4.3.2.1 Cronograma

El plan de acción antes descrito incluye:

Actividades que pueden ser implementadas en un tiempo determinado.

Actividades que a partir del plan de acción deben desarrollarse continuamente en función del tiempo establecido.

Actividades	Semanas											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Recopilación de la información disponible de los clientes.</b>	X											
<b>Creación de formato de documento sobre la base de la información obtenida</b>	X											
<b>Desarrollar encuesta para conocer información de preferencias y tendencias de compras de clientes</b>		X										
<b>Aplicar encuesta a los clientes, incluyendo a personas que han realizado compras una sola vez.</b>		X	X									
<b>Crear base de datos con la información más relevante de clientes y tendencias, productos, y compras.</b>				X								
<b>Revisar documento y base de datos creados para seleccionar los productos más demandados por los clientes.</b>				X	X	X	X					
<b>Análisis y determinación de procesos de ventas, materiales y presupuesto</b>								X	X			

Actividades	Semanas											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Seleccionar los productos más rentables.</b>												
<b>Realizar diseño y construcción de la página web, primeramente, en sitio gratuito para crear fidelidad y conexión de clientes con los microempresarios</b>								X	X	X	X	X

**Elaborado:** Miranda y Narváez, (2023)

Es importante mencionar que, el plan de acción propuesto tiene como finalidad emprender actividades que no afecten en el manejo económico financiero de los microempresarios, de tal forma que puedan mantener sus costos al mínimo e inicialmente tengan la posibilidad de lograr experimentar un incremento en clientes y ventas que le permitan más adelante, aplicar un plan con la inclusión de gastos en página web, y otro tipo de publicaciones.

De igual manera la implementación de este plan tiene como propósito que los microempresarios se encuentren en constante innovación, creando contenidos y en contacto con los clientes.

Además, se sugiere que luego de 3 meses de implementación del plan se desarrolle una reunión para analizar los siguientes puntos:

- Evaluar efectividad y resultados de estrategias establecidas
- Sugerir cambios o mejoras en las actividades del plan de acción alineados al cumplimiento de los objetivos y de la planificación establecida.
- Alcance del cumplimiento de objetivos.
- Resultados de lanzamiento de nuevos productos y promociones al mercado, verificando el nivel de atracción a los clientes.
- Analizar beneficios que se hayan obtenido de establecer el plan de acción y de su aplicación.

- Análisis de posibles mejoras a los productos, incluyendo formulación, precio, estrategias publicitarias, en base a la interacción y los resultados obtenidos de su respectiva sociabilización.

#### **4.3.2.1 Acciones estratégicas**

A continuación, se desarrollan estrategias para hacer frente a las amenazas y posibles consecuencias para el desarrollo de las actividades. En este sentido, la planificación estratégica es de suma importancia ya que requiere de la participación, compromiso y comunicación de todo el personal y de los microempresarios para lograr lo planificado.

**Acción estratégica** La acción estratégica es una táctica desarrollada a partir del diagnóstico, que las empresas necesitarán para resolver problemas y crear ventajas competitivas, Moreno et al. (2017) señala que son importantes en la formulación de un plan a seguir para mantener y alcanzar las metas establecidas.

Además, se destaca que contribuye a la innovación y ventaja competitiva. Por lo tanto, Villafuerte-Muñoz et al. (2020) señala que las acciones estratégicas corregirán los errores humanos y ayudarán a crear beneficios para una empresa al establecer metas y objetivos claros que asegurarán el logro de cada acción; además, indican que el desempeño de las actividades consideradas es consistente con las posibles metas y tareas a corto, mediano y largo plazo.

Cada estrategia tiene su propio y específico plan de acción con sus propios objetivos, recursos, responsabilidades y tiempo para completar cada actividad.

En este contexto, el desarrollo de la estrategia comienza con el diagnóstico de la empresa, luego se analizan los planes de acción para determinar qué pretende hacer la empresa: ¿qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, quién lo hará? y ¿qué recursos? se utilizarán para lograr la estrategia propuesta.

Por su parte, Broome (2017) señala que el éxito de un plan estratégico está garantizado si se siguen cada uno de los siguientes pasos:

- análisis interno y externo;
- establecer un curso de acción;
- formular estrategias;
- la implementación de acciones estratégicas; y
- estrategias de control y seguimiento.

La implementación exitosa de estos hitos conducirá a resultados beneficiosos, acercándose más a su realidad y a la visión que la organización se propone alcanzar, por otro lado, Darcy y López (2015) señalan que las operaciones estratégicas se asocian al pensamiento estratégico porque trata de crear, inventar el futuro, proponer acciones estratégicas que garanticen un porvenir promisorio.

En otras palabras, el pensamiento estratégico trabaja en el presente para dar forma a una visión para el futuro. Entonces el plan de acción tiene un objetivo común con metas y una serie de metas en las que se asegura el futuro deseado.

#### **4.3.2.3 Estrategias propuestas**

##### **Desde una perspectiva financiera:**

Aumentar las ventas de productos en un 10 % anual durante los próximos cinco años.

Meta: Tasa de crecimiento anual del ingreso.

Estrategia:

- 1- Invertir en una campaña de publicidad y promoción.
- 2- Conseguir dinero para comprar nuevos productos.

## CONCLUSIONES

- Como parte de las teorías se resaltaron las más relevantes en donde se pudo comprender la aplicación correcta de las teorías de la innovación, del desarrollo y la teoría de producción para mejorar la situación económica de los propietarios de los microemprendimientos.
- Con respecto al estado socioeconómico de los propietarios de los microemprendimientos se pudo observar que La mayor parte de los propietarios de los microemprendimientos considera que son rentables, por lo que siguen haciendo todo lo posible por mantenerlo en el mercado, aun con sus limitaciones de conocimiento. Sin embargo, no se genera un desarrollo en ellos por lo anteriormente señalado.
- Para el levantamiento de investigación se tuvo que realizar una encuesta dirigida a los propietarios de microemprendimientos. Además, se realizó una entrevista a uno de ellos para profundizar sobre la situación en la cual se encontraba además de medir las habilidades y capacidades que tienen al momento de manejar sus negocios y se pudo identificar que La mayor parte de los propietarios de los microemprendimientos no tienen un buen concepto de los préstamos bancarios, pues siempre terminan con una negativa de parte de ellos por los bajos niveles de score que tienen o por sus bajos ingresos.
- En cuanto a las estrategias apropiadas para los propietarios de los microemprendimientos a fin de incrementar su nivel socioeconómico se consideró que Generar charlas a todos los propietarios de microemprendimientos para el correcto manejo de los recursos. Además de crear una asociación entre todos los propietarios de microemprendimientos. Esto con el fin de incrementar su nivel socioeconómico.

## RECOMENDACIONES

- Es necesario continuar evaluando trabajos de investigación con variables similares que permitan aplicar nuevas técnicas de comercio ajustadas a las tendencias del mercado y así los microemprendimientos puedan seguir desarrollándose económicamente.
- Es pertinente estudiar conceptos planteados por autores actuales, en donde se muestre la efectividad del desarrollo comercial a través de las herramientas online, de esa manera los microemprendimientos pueden competir de mejor manera.
- Se debe hacer una investigación cada 3 años de los microemprendimientos, de esa manera se podrá evaluar los resultados aplicados versus a como se encontraban al inicio. Esto podrá permitir ajustar las acciones si no se ve una efectividad representativa.
- Las estrategias y acciones debe ser tomado como base para futuros ajustes, ya que de esa manera se puede tener una guía primordial para la correcta implementación de acciones pertinentes en el desarrollo económico de los micro emprendimientos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, S. (2018). *El presupuesto participativo como instrumento de desarrollo regional y local en el Perú*. Escuela de posgrado Neuman. Obtenido de [https://www.lareferencia.info/vufind/Record/PE\\_1001103692442b17530cf487bd1ec533](https://www.lareferencia.info/vufind/Record/PE_1001103692442b17530cf487bd1ec533)
- Alandete, J. (1987). *Características generales de la microempresa*. Obtenido de [https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/5017/document%20\(13\).pdf?sequence=1](https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/5017/document%20(13).pdf?sequence=1)
- Alfaro, C. (2018). *Economía, salud, desarrollo humano e innovación en el desarrollo sustentable*. Obtenido de <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/2>
- Baca, G. (2018). *Evaluación de proyectos*. McGrawHill.
- Baque, M., Baque, S., Chiquito, T. & Baque, P. (2018). *Microempresas en el Ecuador: Caso ciudad de Manta*. . Dominio de las ciencias. Obtenido de <https://doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.4.1.enero.619-632>
- Blank, S., Dorf, B. & García, J. . (2016). *El manual del emprendedor* . Booket.
- Boza, J., Mendoza, E., Muñoz, C., & Velasco, V. (29 de marzo de 2021). Obtenido de <file:///C:/Users/Marcos/Downloads/489-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1466-1-10-20210810.pdf>
- Cacuango, J. (2016). *Análisis de Iso micro-emprendimientos florícolas y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha en el período 2009 - 2014* [Tesis de Pregrado, Universidad Técnica del Norte]. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/5233>
- Cardozo, E. (2007). *La conceptualización de microempresa, microemprendimientos y unidad productiva de pequeña escala*. Revista Copémico. Obtenido de <http://www.revencyt.ula.ve/storage/repo/ArchivoDocumento/copernico/v4n6/art4.pdf>
- Carmona, N. & Díaz, C. (2018). *El desarrollo socioeconómico en Latinoamérica: Un análisis a la luz de los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas*. Obtenido de <https://www.econstor.eu/handle>
- Castro Sanipatín, V. y Pinzón Rosillo, V. (2019). *El microcrédito y su incidencia en el desarrollo socio económico de los microempresarios del barrio de Chillogallo*

- parroquia Chillogallo, sector sur del Distrito Metropolitano de Quito* [Tesis de Pregrado, Universidad Central del Ecuador". Repositorio Institucional. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/18965>
- Chacha Bermeo, L. (2018). *Análisis socioeconómico de una microempresa panificadora: Caso de estudio Panadería Gustocha ubicada en la ciudad de Guayaquil* [Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/34066>
- Chilán, M. (2022). *Vista de la teoría del consumo, producción y mercado*. Revista Multidisciplinar. Obtenido de <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/mj/article/view/219/282>
- De Sena, A. (2010). *Micro-empresas, microemprendimientos, emprendimientos productivos ¿De quienes hablamos?* Revista de Ciencias Sociales. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/72660580/Micro-empresas\\_microemprendimientos\\_empr20211015-1920-1k1gw](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/72660580/Micro-empresas_microemprendimientos_empr20211015-1920-1k1gw)
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M. & Varela, M. . (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico* . Investigación en Educación Médica .
- Duarte Rodríguez, G. (2021). *Análisis socioeconómico de la parroquia rural Antonio Sotomayor, cantón Vinces, provincia de Los Ríos: periodo 2015-2020* [Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil". Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/55789>
- Echeverría Verdesoto, S. (2020). *Análisis del desarrollo económico de las microempresas dedicadas a la venta de materiales de construcción de Yaruqui y Tababela en relación a la presencia del aeropuerto, Mariscal Sucre, del cantón Quito entre el periodo del 2015 y el 2020*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21143>
- Freire Pesantez, A., Álvarez Peralta, E. y Domínguez Villacis, J. (2022). *Estudio de factibilidad para la implementación de un micro emprendimiento en donde se oferten productos souvenirs elaborados a base de resina*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12199>
- Gámez, J. . (2013). *Emprendimiento y creación de empresas: Teoría modelos y casos* . Ediciones Unisalle.
- García, S. (2020). *Introducción a la economía de la empresa*. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=nnXgDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=P>

- R17&dq=Desarrollo+en+economia+&ots=SSzAmrR3FF&sig=ixspAal3IDoxbhf4VEBpDKk5kmk#v=onepage&q&
- Gómez, L. (2012). *Teorías del emprendimiento*. Cursa. Obtenido de <https://cursa.ihmc.us/rid=1NCYQZM9N-1519FM6-201S/TEORIAS%20DEL%20EMPREDIMIENTO.pdf>
- Hernández, R., & Carlos Fernández, P. B. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.
- Intriago, F. (2022). *Teoría de la conducta del consumidor, la producción y los costos*. E-IDEA. Obtenido de <https://doi.org/10.53734/MJ.VOL4.ID191>
- La Dehesa, G. (2004). *Deslocalización y externalización*. El País. Obtenido de <http://www.elpais.es/articuloCompleto.html?xref=2004...>
- La Real Academia Española. (2019). *Ecosistema*. REA.
- López, N. (2015). *Innovación emprendimiento y tecnología*. UAEMEX. Obtenido de [http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/103131/secme-13323\\_1.pdf?sequence=1](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/103131/secme-13323_1.pdf?sequence=1)
- Lucero, F. (2005). *Administración Pyme: Microemprendimiento en crisis [Tesis Doctoral, Universidad del Salvador]*. Repositorio Institucional. Obtenido de [https://racimo.usal.edu.ar/5177/1/P%C3%A1ginas%20desdeTesis.UNI%270062319.Administraci%C3%B3n%20Pyme%20%20Microemprendimiento%20en%](https://racimo.usal.edu.ar/5177/1/P%C3%A1ginas%20desdeTesis.UNI%270062319.Administraci%C3%B3n%20Pyme%20%20Microemprendimiento%20en%20)
- Martínez, J. (1997). *El mundo laboral de las mujeres en la microempresa*. ECA Estudios Centroamericanos. Obtenido de <https://doi.org/10.51378/ECA.V52I583.6511>
- Mendoza, H., Loor, B. & Vilema, E. (2019). *El arroz y su importancias en los emprendimientos rurales de la agroindustria como mecanismos de desarrollo local de samborondón*. *Revista Universidad y Sociedad*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202019000100324&lng=es&nrm=iso&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000100324&lng=es&nrm=iso&tlng=en)
- Morales, E. (2016). *Guía para Elaborar el Estudio Socioeconómico, cultural y ambiental para el Reasentamiento Poblacional en Zonas de muy Alto Riesgo No Mitigable*. Cenepred Perú. [https://www.cenepred.gob.pe/web/wpcontent/uploads/Guia\\_Manuales/Guia%20estudio%20SCA\\_RPZMARNM.pdf](https://www.cenepred.gob.pe/web/wpcontent/uploads/Guia_Manuales/Guia%20estudio%20SCA_RPZMARNM.pdf)

- Neira, F. . (2006). *Elementos para el estudio de la microempresa latinoamericana* . Revista Científica Scielo .
- Payares, A. M. C. (2013). *Evaluación de la gestión administrativa, financiera y comercial de las cooperativas asociadas a CONFECOOP Caribe*. Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso. Pág, 49-52. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1314/diagnostico.html>
- Planificación, S. N. (2021). Obtenido de file:///C:/Users/Marcos/Pictures/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf
- Quiñónez, M. & Parada, O. . (2013). *Análisis de la gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas comerciales de Esmeraldas, República del Ecuador*. Anuario Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales .
- Rampello, S. (2009). *Microemprendedores y capacitación: Vínculos para el desarrollo social*. Revista de Investigaciones del Departamento de Ciencias Económicas
- Ray, D. (2022). *Economía del desarrollo*. Antoni Bosch Editor. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=XJn0T89qdWAC&oi=fnd&pg=PR4&dq=Desarrollo+en+economia+&ots=8sllfT6Pcf&sig=XbWf3jQhkUWilqN\\_Ovez\\_PhkxYQ#v=onepage&q=Desarrollo%20en%20economia&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=XJn0T89qdWAC&oi=fnd&pg=PR4&dq=Desarrollo+en+economia+&ots=8sllfT6Pcf&sig=XbWf3jQhkUWilqN_Ovez_PhkxYQ#v=onepage&q=Desarrollo%20en%20economia&f=false)
- Ries, E. . (2019). *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Deusto.
- Rodríguez, R. (2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a05.pdf>
- Sánchez, M., Muñoz, C., Bermúdez, K. & Balza, K. (2014). *Microemprendimientos asociatividad y gestión de organizaciones sociales*. Sotavento M.B.A. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet>
- Serrano Valdiviezo, M., Aguilar Tapia, L. y Bravo Tuárez, T. (2022). *Microemprendimientos informales y negocios instituidos, enfoque socio-económico en pademia Covid 19, zona 4 del Ecuador* [Tesis de Pregrado, Revista de Investigación Científica - TSE´DE]. Revista Científica . Obtenido de <http://tsachila.edu.ec/ojs/index.php/TSEDE/article/view/115>
- Sumba, R. & Santiestevan, V. (2018). *Las microempresas y la necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la zona sur de Manabí, Ecuador*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202018000500323&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202018000500323&script=sci_arttext&tlng=en)

- Tapia, L. (2018). *Infraestructura carretera y economía regional. El caso de los productores de ajo Oaxaca y Puebla. Region y Sociedad*. Obtenido de <https://doi.org/10.22198/RYS.2018.73.A944>
- Thiel, P. & Maestro, M. . (2015). *De cero a uno: Cómo inventar el futuro*. Gestión 2000.
- Torres Coro, G. (2019). *Análisis socioeconómico del microcrédito agropecuario otorgado a los pequeños productores del barrio Oyambarillo, parroquia Yaruquí* [Tesis de Pregrado, Univeridad Central del Ecuador". Repositorio Institucional. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/18418>
- Vega Carrillo, D., Carrión Hurtado, L. y Benacázar Paladines, M. (2021). *Impacto socioeconómico del coronavirus y resiliencia en los microemprendimientos gastronómicos, caso Santo Domingo* [Tesis de Pregrado, Revista Dilemas Contemporáneos]. Revista Científica. Obtenido de <https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i1.2884>
- Veiga de Cabo, J. & Zimmermann, M. . (2008). *Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño. Medicina y seguridad de trabajo*
- Verdezoto, M. (2022). *Microemprendimientos agrícolas existentes en Ecuador*. Bachelor's Thesis. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/11321>
- Vergara, A. & Sorhegui, R. (2020). *Factores de desarrollo local desde el enfoque de la gestión organizativa*. Amazonia Investiga. Obtenido de <https://doi.org/10.34069/AI/2020.33.09.5>
- Villareal Nolivos, C. (2020). *La situación socioeconómica del cantón Quevedo: Análisis de la evolución de los créditos de Desarrollo Humano (CDH) y sus relaciones periodos 2007 - 2017*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec:80/handle/22000/18070>

## ANEXOS

### Anexo 1. Formato de la encuesta



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil  
Facultad de Ciencias Sociales y Derecho  
Carrera de Economía



#### Encuesta dirigida a propietarios de micro emprendimientos del cantón Milagro

Buenos días/tardes. Se está trabajando en una investigación que tiene como propósito el conocer la situación económica de su micro emprendimiento. Por tal motivo, la información que proporcione será de gran ayuda.

La información es utilizada para fines investigativos.

#### Pregunta 1.- ¿Qué tiempo tiene en el mercado su micro emprendimiento ?

Menos de 1 año

De 1 a 2 años

De 2 a 3 años

De 4 a 5 años

Más de 5 años


#### Pregunta 2.- ¿Cuáles han sido los principales inconvenientes que tiene su micro emprendimiento?

Fuerte competencia

Tendencias del mercado en adquirir productos de manera online

Variación de los precios de los bienes

Limitado capital para desarrollarlo

Limitada comunicación de la cartera de productos.


**Pregunta 3.- ¿Cómo considera usted la actividad de comercializar de su micro emprendimiento?**

Muy Rentable	<input type="checkbox"/>
Rentable	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Poco rentable	<input type="checkbox"/>
No rentable	<input type="checkbox"/>

**Pregunta 4.- ¿Cuánto es su ingreso mensual por las ventas en su micro emprendimiento?**

Menos de \$500.00	<input type="checkbox"/>
De \$500.01 a \$600.00	<input type="checkbox"/>
De \$600.01 a \$700.00	<input type="checkbox"/>
De \$700.01 a \$800.00	<input type="checkbox"/>
Más de \$1,000.00	<input type="checkbox"/>

**Pregunta 5.- ¿ Qué factores considera que ayudarían a mejorar la situación de su micro emprendimiento?**

Recibir programas de ayuda para una correcta administración.	<input type="checkbox"/>
Facilidades para obtener créditos.	<input type="checkbox"/>
Diversificación de la cartera de productos.	<input type="checkbox"/>
El uso de herramientas tecnológicas.	<input type="checkbox"/>
Alianzas estratégicas con otras marcas	<input type="checkbox"/>

**Pregunta 6.- ¿Cómo considera usted la opción de realizar un préstamo bancario para invertir en su micro emprendimiento?**

Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Ni buena, ni mala	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>
Muy mala	<input type="checkbox"/>

**Pregunta 7.- ¿Cuántos miembros de su familia dependen de su micro emprendimiento?**

De 1 a 2

De 2 a 3

De 3 a 4

De 4 a 5

Más de 5


**Pregunta 8.- ¿Cuál es el horario que usted dedica a laboral en su micro emprendimiento?**

Menos de 3 horas

De 3 a 4 horas

De 4 a 5 horas

De 5 a 6 horas

Más de 6 horas


## Anexo 2. Formato de la Entrevista



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

Facultad de Ciencias Sociales y Derecho

Carrera de Economía



### **Entrevista dirigida a un propietario de micro emprendimiento del cantón Milagro**

Buenos días/tardes. Se está trabajando en una investigación que tiene como propósito el conocer la situación económica de su micro emprendimiento. Por tal motivo, la información que proporcione será de gran ayuda.

La información es utilizada para fines investigativos.

**Pregunta 1.- ¿Cuál es el impacto que tiene su micro emprendimiento por los efectos de la inseguridad?**

**Pregunta 2.- ¿Qué opina usted de realizar una asociación entre todos los micro emprendimientos de la zona?**

**Pregunta 3.- ¿Por qué cree usted que no ha podido desarrollar su micro emprendimiento a lo largo de su tiempo en el mercado?**