



Pontificia Universidad  
Católica del Ecuador

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

FACTORES ASOCIADOS A LA SOSTENIBILIDAD MICROEMPRESARIAL DEL  
SECTOR COMERCIAL DE CHONE

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA  
COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE Y LOCAL

**SUBLÍNEA**

ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

**PREVIO AL TÍTULO DE**

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**AUTORA**

ERIKA ALEJANDRA LÓPEZ VERDUGA

**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

MGTR. VERÓNICA PIEDAD BRAVO SANTANA

**CHONE, NOVIEMBRE 2021**

**CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN  
CURRICULAR**

Mgtr. Verónica Piedad Bravo Santana

**TUTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**CERTIFICA**

En mi calidad de tutor del trabajo de integración curricular, certifico haber revisado el presente manuscrito de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, cumpliendo la Normativa del Trabajo de Integración Curricular; en consecuencia, es apto para su presentación y sustentación.

---

Mgtr. Verónica Piedad Bravo Santana

**TUTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

C.C. 1310342330

## ACTA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente manuscrito en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí.

---

Mgr. Neil Eduardo Brito Prado  
CI. 0601889090

**PRIMER LECTOR**

---

Mgr. Álvaro Danny Mendoza Cedeño  
CI. 1310166648

**SEGUNDO LECTOR**

---

Mgr. David Alejandro Zaldumbide Peralvo  
CI. 1720535851

**TERCER LECTOR**

## DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Este manuscrito no contiene ningún tipo de material que ha sido aceptado para la obtención de un título universitario en otra institución, excepto en forma de información de soporte que ha sido debidamente citada en mi trabajo. Este trabajo es de total responsabilidad del autor, quien declara bajo juramento que ninguna sección de este trabajo de integración curricular infringe los derechos de autor de nadie.

Chone, Noviembre del 2021

(f): \_\_\_\_\_

Erika Alejandra López Verduga

C.C. 1308875747

Km 10 vía Chone - Quito

erikalopez\_126@icloud.com

+593 993239270

## DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a distribuir este manuscrito de investigación en medios físicos y electrónicos con el fin de promover la divulgación de mis resultados a la comunidad científica y a la sociedad en general. Adicionalmente autorizo el uso de los contenidos de esta investigación como bibliografía para fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, citando como fuente de información al autor de este trabajo.

---

Erika Alejandra López Verduga

C.C. 1308875747

## DEDICATORIA

A Dios, por darme vida, salud y fortaleza para cumplir con mis objetivos propuestos en mi carrera profesional.

A mi hija, Kaylee Torres López, que ha sido fuente de mi inspiración para ser mejor persona y una excelente profesional.

A mis padres, Galud Mercedes Verduga Flores y Wilter Aníbal López Zambrano por el amor, la confianza y el apoyo incondicional en mi formación profesional de tercer nivel. A ustedes les dedico mis éxitos.

*Erika Alejandra López Verduga*

## AGRADECIMIENTO

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí por darme la oportunidad de estudiar en esta prestigiosa institución y haber forjado principios y valores en mi formación académica.

Agradezco a la Mgtr. Verónica Piedad Bravo Santana, por haber aceptado ser mi tutora del trabajo de investigación, en ser mi mentora en el trayecto de este manuscrito, y por compartir los conocimientos necesarios en mi formación académica. Agradezco su paciencia y apoyo incondicional. Asimismo, a cada uno de los docentes por los conocimientos otorgados en el trayecto de la carrera.

Por consiguiente, agradezco a cada una de las personas propietarias de las microempresas del sector comercial del cantón Chone que me facilitaron toda la información requerida para desarrollar mi trabajo de titulación.

*Erika Alejandra López Verduga*

## Resumen

Esta investigación cuantitativa analizó los factores asociados a la sostenibilidad microempresarial del sector comercial de Chone, estudiando la problemática actual relacionada a las dificultades financieras que atraviesan los negocios, debido a malas decisiones tomadas. Consiguientemente, este estudio se desarrolló durante enero y mayo de 2021, en la zona urbana de Chone, Manabí. Se empleó una investigación bibliográfica y se realizó una investigación de campo a 140 negocios, aplicando una encuesta a 121 propietarios sobre temas como tipo de empresa, sueldo mensual, y estrategias comerciales en tiempos de crisis. Los resultados demuestran que las microempresas familiares prevalecen con el 59%, y que los propietarios cancelan a sus empleados un sueldo de entre \$200 y \$300, que es menor al salario básico unificado (\$400). Los resultados también indican que factores como desarrollo e innovación de productos, y atención al cliente; fijación de costos en las compras con proveedores; experiencia antes de emprender; y uso de indicador para monitorear el volumen de ventas influyen a la sostenibilidad económica microempresarial de los negocios estudiados. Asimismo, los hallazgos revelan que el 72% de las microempresas están obligadas a implementar estrategias como entregas a domicilio sin recargos; promociones 2x1 y ofertas; adquisición de productos a menor costo; y disminución del precio de venta al público para ser sostenibles ante la crisis económica. En conclusión, para lograr sostenibilidad económica, una empresa debe tener la capacidad de administrar sus recursos y procesos enfocados al liderazgo del mercado.

*Palabras clave:* administración financiera, economía de la empresa, comercio interno

### Abstract

This quantitative research study analyzed all those factors influencing sustainability of microenterprises in the business sector in *Chone*, by studying current problems with regard to financial difficulties that businesses face because of bad decisions. Consequently, this research study was carried out from January through May 2021 in the urban area of *Chone*, Province of *Manabí*. Bibliographic research was used, as well as field research that was conducted in 140 businesses by applying a survey to 121 owners on topics such as type of business, monthly salary, and business strategies during times of crisis. The findings show that family microenterprises prevail with 59%, and that the owners of these businesses pay their employees a salary between \$200 and \$300, which is lower than the minimum wage (\$400). The findings also point out that factors such as product development and innovation and customer service; setting supplier purchase costs; experience before undertaking work; and the use of performance indicators to track sales volume, influence microenterprise economic sustainability of the businesses under study. Likewise, the results reveal that 72% of microenterprises are forced to implement strategies such as home deliveries with no fees; 2x1 offers; product acquisition at lower cost; and retail price reduction to be sustainable in times of economic crisis. In conclusion, in order to achieve economic sustainability, businesses should be able to manage their resources and processes focused on market leadership.

*Keywords:* financial management, business economics, internal trade

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	ii
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL .....	iii
DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD .....	iv
DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
INTRODUCCIÓN .....	1
Definición de la sostenibilidad empresarial .....	4
Caracterización del sector microempresarial .....	4
Factores asociados a la sostenibilidad.....	5
Indicadores asociados a la sostenibilidad económica .....	6
Estrategias de sostenibilidad empresarial.....	7
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	10
Objetivo general .....	10
Objetivos específicos.....	10
MATERIALES Y MÉTODOS .....	11
Metodología de la investigación .....	11
Delimitación del problema .....	11
Diseño de la investigación.....	12
Enfoque de la investigación .....	12
Población de estudio.....	12
Tipo de muestreo .....	12
Técnicas e instrumentos de investigación .....	15

RESULTADOS.....	17
Diagnóstico de la situación actual de las microempresas del sector comercial ubicadas en Chone .....	17
Identificación de factores determinantes que influyen en la sostenibilidad económica de las microempresas del sector comercial ubicadas en Chone .....	24
Definición de estrategias para la sostenibilidad microempresarial del sector comercial de Chone implementadas en tiempos de crisis.....	32
DISCUSIÓN .....	34
Componente 1: Situación actual de las microempresas del sector comercial ubicadas en Chone .....	34
Componente 2: Factores determinantes que influyen en la sostenibilidad económica de las microempresas del sector comercial ubicadas en Chone .....	35
Componente 3: Estrategias para la sostenibilidad microempresarial del sector comercial de Chone implementadas en tiempos de crisis.....	36
CONCLUSIONES .....	37
BIBLIOGRAFÍA .....	39
ANEXOS .....	42

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Participación de empleados en las grandes y micro empresas de la Provincia de Manabí</i> .....	2
Tabla 2: <i>Microempresas del cantón Chone registradas en el SRI</i> .....	3
Tabla 3: <i>Tamaño de una empresa</i> .....	4
Tabla 4: <i>Factores internos y externos asociados a la sostenibilidad microempresarial</i> .....	5
Tabla 5: <i>Indicadores asociados a la sostenibilidad económica</i> .....	7
Tabla 6: <i>Tamaño de la muestra</i> .....	13
Tabla 7: <i>Tabla de las principales actividades comerciales</i> .....	14
Tabla 8: <i>Características metodológicas de las variables de desarrollo sostenible</i> .....	16
Tabla 9: <i>Estrategias comerciales en tiempos de crisis</i> .....	32

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: <i>Línea de productos</i> .....	17
Gráfico 2: <i>Clase de Contribuyente</i> .....	18
Gráfico 3: <i>Tipo de empresa</i> .....	19
Gráfico 4: <i>La empresa tiene definida por escrito la filosofía empresarial</i> .....	20
Gráfico 5: <i>Personal que labora</i> .....	21
Gráfico 6: <i>Sueldo mensual</i> .....	22
Gráfico 7: <i>La empresa tiene acceso a internet</i> .....	23
Gráfico 8: <i>Nivel de escolaridad</i> .....	24
Gráfico 9: <i>Experiencia antes de emprender</i> .....	25
Gráfico 10: <i>Inversión del negocio</i> .....	26
Gráfico 11: <i>Desarrollo e innovación</i> .....	27
Gráfico 12: <i>Indicador para monitorear alguna área de interés</i> .....	28
Gráfico 13: <i>Ingresos mensuales</i> .....	29
Gráfico 14: <i>Proveedores</i> .....	30
Gráfico 15: <i>Clientes</i> .....	31

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: <i>Microempresa comercial “Zona caliente”</i> .....	42
Ilustración 2: <i>Microempresa comercial “Minitienda María”</i> .....	43
Ilustración 3: <i>Microempresa comercial de ropa “Ana Laura”</i> .....	44
Ilustración 4: <i>Microempresa comercial “Perfûmate”</i> .....	45
Ilustración 5: <i>Microempresa comercial “Boutique Complements”</i> .....	46

## **FACTORES ASOCIADOS A LA SOSTENIBILIDAD MICROEMPRESARIAL DEL SECTOR COMERCIAL DE CHONE Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO LOCAL**

### **INTRODUCCIÓN**

En la actualidad, la sostenibilidad empresarial es una temática de discusión de varios autores; por ejemplo, Delgado Hernández y Lemoime (2020), plantean “que los negocios sostenibles como estrategias han logrado el fortalecimiento de las actividades económicas de los diferentes sectores, permitiendo a su vez, el desarrollo económico de un país”. De acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC (2018), en Ecuador, “las MIPYMES poseen el 99,5% de participación. El 90,81% corresponde a microempresas, 7,13% y 1,59% en pequeñas y medianas empresas, donde prevalece las actividades de servicios con un 42,66% y comercial con el 34,93%”. Delgado et al. (2020), argumenta que “las microempresas del Ecuador contribuyen al desarrollo socioeconómico debido que, además de generar fuentes de trabajos, y obtener ingresos para la subsistencia familiar, tiene como ventaja el aprovechamiento de los recursos existentes de la zona urbana y rural del país”. En la actualidad, la emergencia sanitaria que atraviesa el Ecuador por pandemia COVID – 19 ha provocado la suspensión temporal y definitiva de varios sectores, siendo la más afectada la actividad comercial, incidiendo de manera negativa al desarrollo económico del país. De esta manera, algunos negocios han sentido la obligación de implementar formatos sostenibles ante los factores externos e internos que impiden la sostenibilidad microempresarial en tiempos de crisis.

Los microempresarios ecuatorianos, en conformidad a los estudios efectuados *por Global Entrepreneurship Monitor – GEM* (2019), sostiene que “persisten dificultades para que un negocio tenga sostenibilidad económica en el mercado, como los problemas de financiamiento y rentabilidad provocado por una errónea decisión financiera”. Acotando a lo antes descrito,

Rodríguez (2016) alude que “es importante la evaluación de la situación de la empresa, sus puntos fuertes y sus puntos débiles porque la sostenibilidad identifica como una fuente de reducción de costes y aumento de ingresos”.

Por consiguiente, la investigación realizada acerca de la contribución significativa al dinamismo económico de la zona norte de Manabí propuesta por Donoso y Bravo (2020), argumentan que:

Se debe a que superan en número a las grandes empresas y en gran medida, se destacan por su diversidad de actividades que desarrolla y sobre todo en relación a la cantidad de empleados expuesto en la (tabla 1), ofrece la oportunidad a personas, con diferentes competencias, destrezas y habilidades. A continuación:

**Tabla 1**

*Participación de empleados en las grandes y micro empresas de la Provincia de Manabí*

<b>Cantón</b>	<b>Empresas Grandes</b>	<b>Microempresas</b>
Bolívar	87	22.030
Chone	478	52.065
El Carmen	303	49.660
Flavio Alfaro	10	10.830
Pedernales	167	25.885
San Vicente	25	11.255
Sucre	1465	27540
Tosagua	46	19.975
Jama	0	6.235
<b>Total</b>	<b>2.581</b>	<b>225.475</b>

*Nota.* Para mayor interpretación, se tomó en referencias 9 cantones de la Provincia de Manabí con mayor número de empleados que conforman las microempresas. Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – IESS (2020) citado en Donoso y Bravo (2020)

Además, el Servicio de Rentas Internas (2020) como se cita en Donoso y Bravo (2020), dan a conocer que “en la Provincia de Manabí existe un total de 46.560 micro, pequeñas y medianas

empresas, de las cuales 43.925 corresponde a microempresas, mismas que han reportado ingresos de \$ 444 231.506,01 dólares”.

En lo que respecta al cantón Chone, Provincia de Manabí, “territorialmente es extenso teniendo una población de más de 133.588 habitantes” (Asociación de Municipales Ecuatorianas – AME, s.f.); en conformidad al Catastro de noviembre del 2020, el cantón Chone tiene registrado en el Servicio de Rentas Internas – SRI, en estado ACTIVO, 11.008 contribuyentes de PERSONA NATURAL de los tres sectores económicos. En la tabla 2 se prevalecerá las microempresas registradas en el SRI que se encuentran activamente operando en la zona urbana del cantón Chone.

**Tabla 2**

*Microempresas del cantón Chone registradas en el SRI*

<b>Sector económico</b>	<b>Microempresas legalmente constituidas</b>
Sector Comercial	326
Sector de Servicio	411
Sector Manufacturero	139
<b>Total</b>	<b>876</b>

*Nota.* Servicio de Rentas Internas – SRI (2020)

“La cantidad de ingresos en las microempresas ubicadas en Chone es de “39 605.151,14” (Servicio de Rentas Internas, 2020). Por consiguiente, Párraga et al. (2017), señala que “el factor que inciden en el desarrollo microempresarial de Chone en base a los datos obtenidos a través de las personas encuestadas, es el conocimiento del negocio permitiendo el desarrollo del mismo”. Según Delgado et al. (2020), argumenta que “las actividades del sector comercial son lo que más ingresos generan, y por ende son lo que aportan a impulsar una economía sostenible de un cantón”.

Se procede a presentar el marco conceptual:

## Definición de la sostenibilidad empresarial

Rodríguez (2015), indica que “una empresa sostenible: que es aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, en su entorno general”.

Para Sánchez (s.f.), la sostenibilidad:

Representa un nuevo enfoque para hacer negocios. Al desarrollar sus actividades las empresas promueven la inclusión social, optimizan la utilización de los recursos naturales y reducen el impacto sobre el medio ambiente, preservando la integridad del planeta para las generaciones futuras sin despreciar la viabilidad económica y financiera de la empresa.

## Caracterización del sector microempresarial

El tamaño de una empresa es representado según sus ingresos anuales o por número de empleados, a continuación:

**Tabla 3**  
*Tamaño de una empresa*

<i>Empresa</i>	<i>Ingresos</i>	<i>Número de empleados</i>
Microempresa	< a \$100.000	1 a 9
Pequeña	\$100.001 a \$1'000.000	10 a 49
Mediana “A”	\$1'000.001 a \$2'000.000	50 a 99
Mediana “B”	\$2'000.001 a \$5'000.000	100 a 199
Grande	\$5'000.001 en adelante	200 en adelante

*Nota.* Instituto Nacional de Estadísticas y Censo – INEC (2019)

Acorde a la Ley de la Economía Popular y Solidaria (2012), como se cita en Flores (2018), indica que:

La microempresa puede ser operado por una persona natural, una familia, o un grupo de personas de ingresos relativamente bajos, el propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante fuente de ingresos para la familia, en general comprenden a organizaciones económicas populares, tales como, los emprendimientos unipersonales, familiares, barriales, comunales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, que integran la economía popular y serán promovidas con criterio de solidaridad creando y fomentando programas de inclusión conforme consta en la Ley de Encomia Popular y Solidaria.

### **Factores asociados a la sostenibilidad**

Existen una variedad de factores externos como internos para que una empresa sea sostenible a través del tiempo:

**Tabla 4**

*Factores internos y externos asociados a la sostenibilidad microempresarial*

<b>Factores internos</b>	<b>Factores externos</b>
Elementos internos de la empresa	Precio de la materia prima
Plan de minimización de residuos	Precio de energía
Certificación ISO 9001	Legislación
Responsabilidad social corporativa	Conflictos armados
Defensa de los derechos humanos	Volatilidad de divisas
Ética profesional	Convenios de comercio con otros países
Desarrollo profesional	Nivel adquisitivo de la población
Transparencia e información en las prácticas de gestión	Estabilidad política
Política y control de riesgos	Nivel de corrupción
Viabilidad económica financiera	Clima del país
	Recursos naturales
	Nivel educativo
	Desarrollo tecnológico
	Nivel de crecimiento económico

*Nota.* Barcellos (2010) como se cita en Giraldo (2016)

De acuerdo con la OCDE (2012), como se cita en Sánchez (2017), manifiesta que:

Aunque el desarrollo sostenible puede explicarse en términos patrimoniales (mantenimiento del stock de capital), generalmente se acepta que este concepto tiene connotaciones ecológicas, económicas y sociales. Así el desarrollo sostenible puede descomponerse en las siguientes componentes básicas:

**Sostenibilidad económica:** que requiere que el desarrollo sea económicamente viable.

**Sostenibilidad social:** que exige que el desarrollo sea socialmente aceptable, en la medida que éste genera un reparto “justo” y “equitativo” de la riqueza.

**Sostenibilidad ambiental:** que requiere que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos biológicos en que se fundamenta los ecosistemas naturales.

### **Indicadores asociados a la sostenibilidad económica**

Según el sitio web, Negocios a Velocidad (2020), da a conocer que:

La sostenibilidad económica hace referencia al crecimiento económico que sostiene una empresa, siempre con respeto por los recursos naturales, reducción progresiva de la huella ecológica de los productos (en su ciclo completo) y riqueza distribuida de forma equitativa. Para la evaluación puramente económica de la empresa, el Instituto de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas y a la Innovación recomienda estos indicadores:

**Tabla 5***Indicadores asociados a la sostenibilidad económica*

Fondo de maniobra	$\text{Activo Corriente (AC)} - \text{Pasivo Corriente (PC)}$
Deuda (%) y estructura de endeudamiento (%)	$\text{Pasivo corriente} / \text{total de pasivo} * 100$
Liquidez general	$\text{activo corriente} / \text{pasivo corriente}$
Rentabilidad operacional de ventas	$\text{Beneficio operacional} / \text{ventas}$
Rentabilidad operacional activos	
Rentabilidad neta	$\text{Beneficio neto} / \text{activo total}$
EBITDA (Utilidad antes de la depreciación y amortización de impuestos a los intereses) /	$\text{Ingresos de actividades ordinarias} - \text{Costos de ventas}$
Gastos financieros	$- \text{Gastos de administración y ventas}$
	$+ \text{Depreciación}$
	$+ \text{Amortización}$
	$= \text{EBITDA}$

*Nota.* Según el sitio web, Negocios a Velocidad (2020)

### **Estrategias de sostenibilidad empresarial**

En conformidad a EAE Business School (2017), indica que:

La sostenibilidad empresarial es consecuencia directa de una buena gestión y de la alineación de los factores internos y externos que interviene en la actividad comercial de cada empresa. Por consiguiente, se procede a presentar algunas estrategias claves para que una empresa sea sostenible:

**1-Unidad del negocio:** Un negocio unido casi siempre es un negocio sostenible. Sin embargo, es todo un reto para las esferas directivas, pues deben implementar medidas

que hagan efectiva dicha unión y alineación de aspectos involucrando a la totalidad de miembros y grupos de trabajo. La mejor forma de hacerlo es recurriendo a los valores corporativos y a la identidad del negocio. Es importante mantener la coherencia y la constancia.

**2-La empresa como una parte de su entorno:** Ninguna empresa es una isla. Todas están conectadas directa o indirectamente con el entorno en el que operan y tienen, por tanto, una responsabilidad social definida. La sostenibilidad de una empresa también puede medirse en función del papel que ésta asuma en su día a día; si tiene plena conciencia de lo que ocurre a su alrededor, encontrará fácilmente enclaves en el tejido social y humano; si no la tiene, difícilmente podrá proyectarse como una pieza más de ese entorno.

**3-Liderazgo de la dirección:** Como ya se dijo, los directivos son fundamentales para implementar un plan de sostenibilidad empresarial. Pero no en el sentido tradicional de su rol, es decir, la delegación de funciones en terceros y la toma de decisiones. Aquí es necesario que entren de lleno en el proceso, se impliquen en él y lo abanderen como un elemento más de la organización. Los directivos deben ser líderes y referentes para el resto de sus colaboradores. Además, recordemos, son los encargados de establecer las políticas, las prácticas, el ajuste de la agenda y, en últimas, los modos de gestión.

**4-Participación de todos los colaboradores:** Nadie puede quedarse fuera de un proceso de sostenibilidad. Como decíamos en el primer punto de este apartado, la unificación de prácticas y criterios definen en buena medida el éxito de una estrategia de este tipo. Es impensable que un negocio aspire a ser sostenible corporativamente si apenas unos cuantos miembros están plenamente comprometidos con este objetivo.

**5-Control de flujo de caja:** El factor económico no es el único a tener en cuenta cuando se trata de establecer una estrategia de sostenibilidad empresarial, pero sí uno de los más importantes. En este caso, se trata de tener un control permanente y eficaz del flujo de caja y de todos los movimientos financieros del negocio, entre ellos las inversiones y la viabilidad de ciertos asuntos. No es gratuito que muchos profesionales de este sector aún vinculen de forma directa la sostenibilidad empresarial con términos como la liquidez, los activos, los pasivos y el capital total de los negocios.

**6-Estrategias comerciales locales:** Si bien cada día que pasa avanzamos más en la globalización, los negocios no pueden dejar de lado la acción local, es decir, todo lo relacionado con el entorno: instituciones, gobiernos, Estados tejido social, medioambiente, entre otros. La sostenibilidad también dependerá de saber ocupar un lugar en un contexto y establecer relaciones con todos los agentes que forman parte del mismo.

**7-Plan de ahorro programado:** El ahorro es esencial para la sostenibilidad de una empresa. Es el que permite hacer frente a circunstancias desfavorables o a eventuales crisis de gestión. Un plan de ahorro programado es casi una garantía directa de que la sostenibilidad empresarial es una realidad, tanto en el medio como en el largo plazo.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo general**

Analizar los factores asociados a la sostenibilidad microempresarial del sector comercial de Chone.

### **Objetivos específicos**

**OE1.** Diagnosticar la situación actual de las microempresas del sector comercial ubicadas en Chone.

**OE2:** Identificar los factores determinantes que influyen en la sostenibilidad económica de las microempresas del sector comercial ubicadas en Chone.

**OE3:** Definir las estrategias para la sostenibilidad microempresarial del sector comercial de Chone implementadas en tiempos de crisis.

## MATERIALES Y MÉTODOS

### Metodología de la investigación

Para desarrollar una investigación es importante el uso de la metodología. Según Iglesias y Cortés (2018), indican que:

La metodología es la ciencia que nos enseña a dirigir determinado proceso de manera eficiente y eficaz para alcanzar los resultados deseados y tiene como objetivo darnos la estrategia a seguir en el proceso. Además, la metodología de la investigación está conformada por una serie de pasos lógicamente estructurados y relacionados entre sí (p. 8)

### Delimitación del problema

- **Delimitación del espacio:** esta investigación se realizó en las microempresas del sector comercial que se encuentren en estado del establecimiento ABIERTO en la zona urbana del cantón Chone, Provincia de Manabí.
- **Delimitación del tiempo:** esta investigación se llevó a efecto en las microempresas del sector comercial que están legalmente inscritas en el catastro del Servicio de Rentas Internas – SRI hasta el mes de enero de 2021.

A continuación, se presenta los métodos y materiales que se utilizó:

### **Diseño de la investigación**

Se implementó una investigación bibliográfica porque a través de la información obtenida de diferentes fuentes confiables como libros y revistas virtuales permitió desarrollar el marco teórico del estudio cuantitativo. Por consiguiente, se ejecutó una investigación de campo a las actividades comerciales ubicadas en Chone para el cumplimiento de los tres objetivos específicos.

### **Enfoque de la investigación**

Esta investigación se desarrolló a través de un enfoque cuantitativo. Según McTaggart (2009) como se cita en Pelekais (2017), describen que “la metodología cuantitativa es una herramienta que proporciona información objetiva estadísticamente confiable, como el gráfico de pastel”.

### **Población de estudio**

De acuerdo a Lepkowski (2014) como se cita en Hernández et al. (2016), definen que “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.174). Contrarrestando a Borda et al. (2015), “la población o universo es el conjunto de individuos, objetos o elementos de los que se desea conocer algo en una investigación” (p. 88). Por consiguiente, la población de estudio es de 217 actividades comerciales, cifra obtenida del directorio de empresas – SRI en el catastro a enero de 2021.

### **Tipo de muestreo**

Se seleccionó un muestreo probabilístico como el aleatorio simple de población finita, por motivos que se conoce el tamaño de las microempresas del sector comercial existente en el cantón Chone y por ende pueden ser delimitados y cuantificados; y para la disminución del tamaño de la muestra y las encuestas sean realizadas de manera equitativa, se aplicó el estratificado con fijación proporcional, mismo que permitió estratificar la muestra en base a la cifra mayor de los ochos principales actividades comerciales.

**Tabla 6**  
*Tamaño de la muestra*

Tipo de muestreo probabilístico	Fórmula	Detalle
Aleatorio simple de población finita	$n = \frac{N * Za^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Za^2 * p * q}$	n.- tamaño de la muestra N.- Tamaño de la población Z.- Nivel de confianza p.- Probabilidad de éxito q.- Probabilidad de fracaso e.- margen de error
Estratificado con fijación proporcional	$n_i = n * \frac{N_i}{N}$	n.- Tamaño de la muestra N.- Tamaño de la población Ni. - Tamaño de los estratos ni. - 1, ... L estratos

*Nota.* Elaboración propia con información obtenida por Hernández et al. (2014)

A continuación, se procede a presentar la determinación del tamaño de la muestra

**Datos:** N = 217; Z= 1,96; p= 0,50; q= 0,50; n= ¿? 0,54

$$\frac{217*(1,96)^2*0,50*0,50}{((0,05)^2*(217-1))+((1,96)^2*0,50*0,50)}$$

$$208,4068/1,5004$$

**Resultado:** 138,9 = 139

**Tabla 7***Tabla de las principales actividades comerciales*

N°	Actividad Comercial	Cantidad	N°	Actividad Comercial	Cantidad
1	Ventas de vestuarios y zapatos	37	5	Telefonía Móvil	19
2	Tiendas de abarrotes	34	6	Ventas de artículos pequeños (chucherías)	19
3	Restaurantes y comidas rápida	33	7	Ventas de insumos de belleza	13
4	Licorerías	24	8	Panaderías	11

*Nota.* Servicio de Rentas Internas – SRI (2021)**Estrato 1:**

$$n_1 = 139 * \frac{37}{217} = 24 \text{ encuestas}$$

**Estrato 2:**

$$n_2 = 139 * \frac{34}{217} = 22 \text{ encuestas}$$

**Estrato 3:**

$$n_3 = 139 * \frac{33}{217} = 21 \text{ encuestas}$$

**Estrato 4:**

$$n_4 = 139 * \frac{24}{217} = 15 \text{ encuestas}$$

**Estrato 5:**

$$n_5 = 139 * \frac{19}{217} = 12 \text{ encuestas}$$

**Estrato 6:**

$$n_6 = 139 * \frac{19}{217} = 12 \text{ encuestas}$$

**Estrato 7:**

$$n_7 = 139 * \frac{13}{217} = 8 \text{ encuestas}$$

**Estrato 8:**

$$n_8 = 139 * \frac{11}{217} = 7 \text{ encuestas}$$

139 es el resultado del tamaño de la muestra, pero acorde a lo antes mencionado, se estratificó y clasificó acorde a las actividades las cifras a encuestar. Es por ello, que el total de encuestados fue 121 actividades comerciales ubicadas en la zona urbana del cantón Chone.

**Técnicas e instrumentos de investigación**

Se elaboró un cuestionario con una serie de preguntas objetivas, misma que permitió diseñar un modelo de encuesta aplicadas a los dueños o responsables de la administración de las microempresas del sector comercial ubicadas en Chone.

Mediante la propuesta metodológica el diseño original planteado por el Gilberto Gallopín (2018), en donde se tomó en cuenta para el respectivo análisis una variable en torno a lo económico expuesto en la tabla 5.

**Tabla 8***Características metodológicas de las variables de desarrollo sostenible*

<b>VARIABLE</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>
Económico	Incluye la producción y consumo de bienes y servicios, el comercio, el estado general de la economía, la infraestructura y los asentamientos humanos y los desechos generados por el consumo y la producción

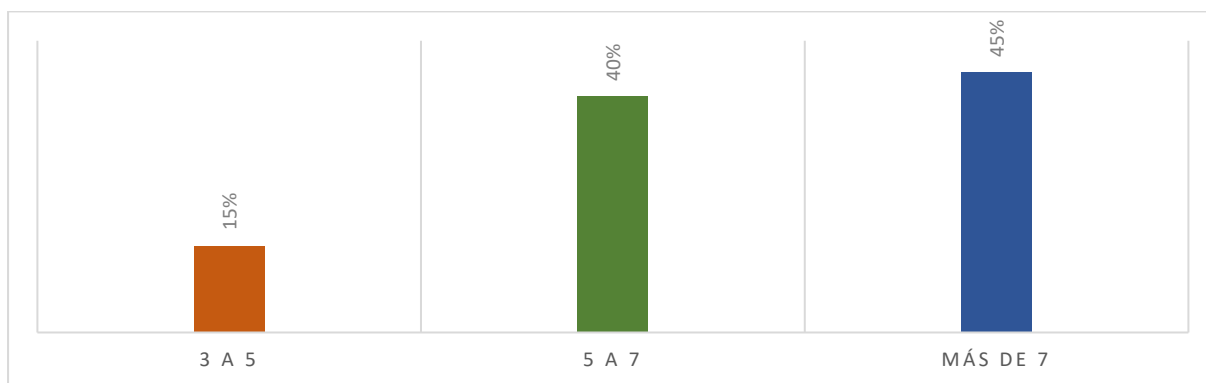
*Nota.* Gallopín (2018) Los indicadores de desarrollo sostenible: Aspectos conceptuales y metodológicos.

## RESULTADOS

### Diagnóstico de la situación actual de las microempresas del sector comercial ubicadas en Chone

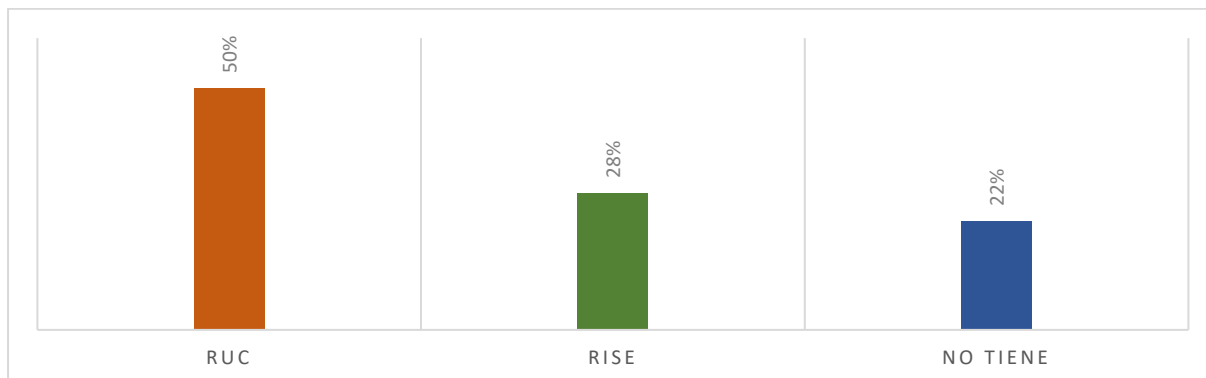
#### Gráfico 1

##### *Línea de productos*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

Esta pregunta hace énfasis a una variedad de productos diferentes pero relacionados entre sí, que tiene una empresa para su venta. Según el resultado de la investigación en las microempresas del sector comercial de Chone, el 15% tienen en su disponibilidad entre 3 a 5 productos, el 40% entre 5 a 7 productos, y el 45% ofrecen a la venta mayor variedad de productos., este último corresponde a las microempresas como: tiendas de abarrotes, ventas de insumos de belleza y ventas de accesorios de última moda para mujeres. Es importante que las empresas cuenten con variedad en línea de productos porque los clientes como los consumidores tienen opción a encontrar productos diversificados.

**Gráfico 2***Clase de Contribuyente*

**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

Tener la empresa registrado al Servicio de Rentas Internas – SRI, significa que sus actividades económicas son desarrolladas de manera lícitas porque está notificando sus ingresos y egresos. La mayor parte de las microempresas encuestas son contribuyentes al SRI, el 50% cuentan con el registro único contribuyente – RUC, y el 28% con el régimen impositivo simplificado – RISE. Mientras que un 22% están ejerciendo sus actividades de manera informal. Es decir, no proporcionan información tributaria lo que a su vez significa que están evadiendo los respectivos impuestos.

### Gráfico 3

#### Tipo de empresa

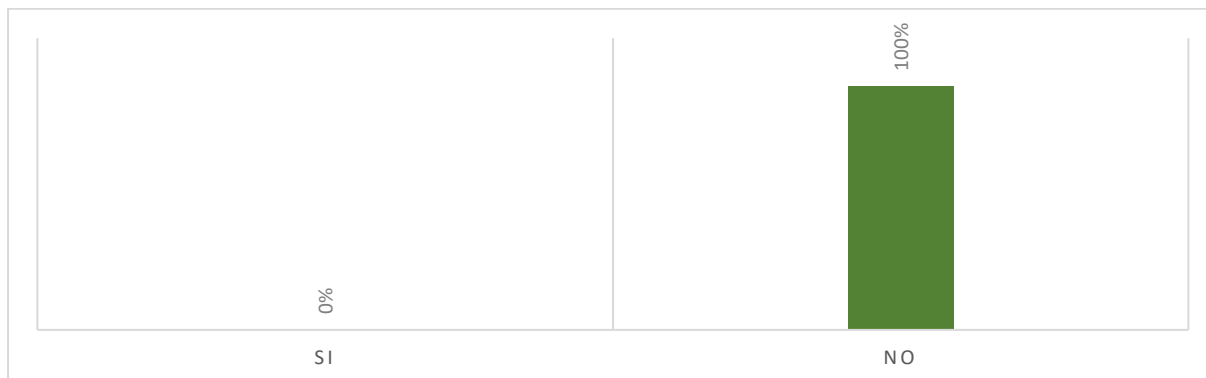


**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

Las empresas pueden diferenciarse según su tipo el cual varía de una u otra forma, pero el más usual es el familiar y no familiar o individual. En la ciudad de Chone, el 59% de las microempresas seleccionadas para el objeto de estudio manifestaron ser una empresa familiar. Lo que significa, que la empresa es un orgullo familiar, pero esto puede ocasionar desventajas en su crecimiento y rentabilidad porque en los negocios familiares existen conflictos por diversos factores como rigidez a los cambios o toma de decisiones. En cambio, el 41% de microempresas son individuales, y así mismo tienen su pro como el control total de la toma de decisiones que involucre el bienestar del negocio; y contra, porque es el único responsable de los compromisos y sus deudas.

**Gráfico 4**

*La empresa tiene definida por escrito la filosofía empresarial*

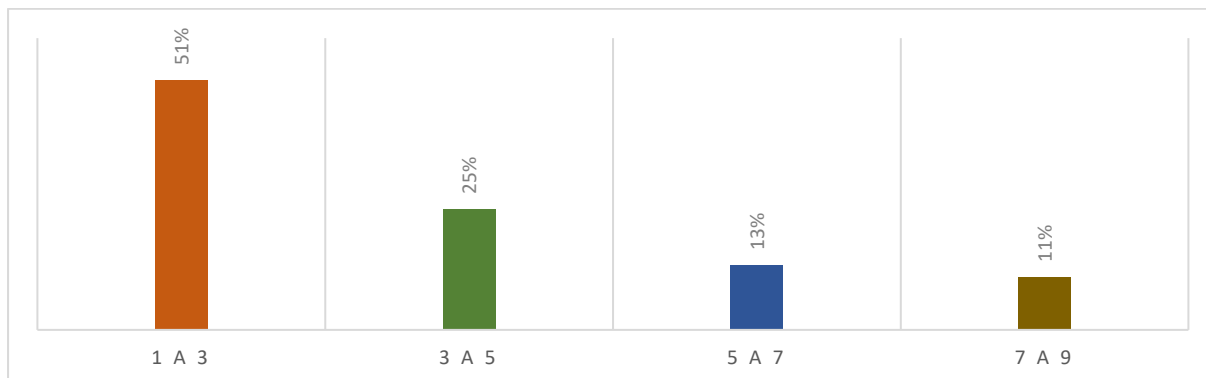


**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

La filosofía empresarial hace énfasis a la misión y visión, objetivos, políticas y valores de la empresa. Es por ello, que es de vital importancia que se encuentren bien definida ya que ayuda a los clientes en comprender sus objetivos organizacionales; en lo que respecta para la empresa es importante por su toma de decisiones acorde a los lineamientos antes mencionados. Además, de la filosofía empresarial, toda empresa debe tener establecido su organigrama estructural, por motivos que se debe tener claro los procesos de cada área y las funciones de cada persona que integra la empresa. Entre los resultados del diagnóstico, y relacionando dos variables para su mejor interpretación, el 100% de las microempresas encuestadas no tienen establecido una filosofía empresarial, ni organigrama estructural. Lo que significa que pueden estar teniendo inconvenientes en cuanto al cumplimiento de sus metas y mala distribución de las actividades correspondientes.

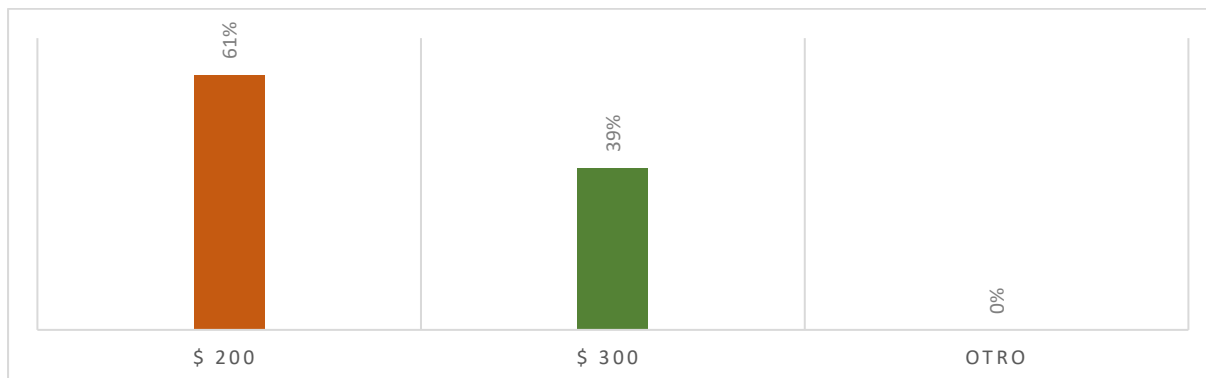
## Gráfico 5

### Personal que labora



**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

Entre más personal tenga una empresa, más es la ayuda económica de una sociedad. El 100% de las microempresas seleccionadas para el objeto de estudio cuentan con empleados, el 51% tiene entre 1 a 3 personas y 49% varía entre 3 a 9 empleados (gráfico 5). Sin embargo, para que una empresa sea competitiva, no basta con tener gran número de personas trabajando, sino que debe integrar un capital humano idóneo apto para la operación de diversas actividades permitiendo ser una empresa productiva, de calidad y eficiente. Es por ello, que se toma como referencia el clima interno de la empresa. Entre el resultado del diagnóstico, el 35% de las microempresas manifestaron que su clima laboral es bueno, mientras que el 42% indicaron que es regular, y el 23% reconocieron que es muy malo. Es decir, que las microempresas del sector comercial de Chone no son suficientemente competitivas porque el proceso de selección del personal no fue el idóneo.

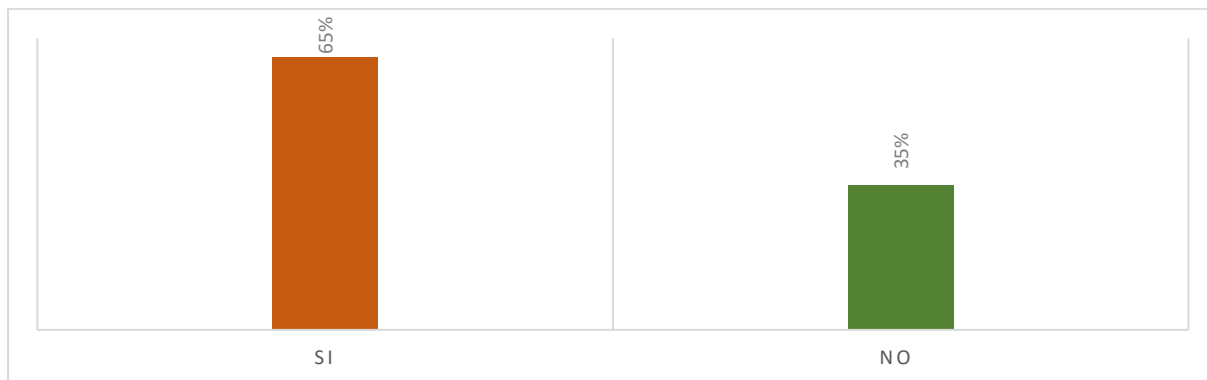
**Gráfico 6***Sueldo mensual*

**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

El salario básico unificado del presente año en conformidad al Ministerio de Trabajo es de \$400 dólares en monedas americanas. Sin embargo, en la ciudad de Chone, las microempresas del sector comercial le cancelan un sueldo entre \$200 y \$300 (61% & 39%). No obstante, también se les preguntó si el personal estaba afiliado al IESS, el cual, manifestaron que no. Es decir, el sueldo está por debajo en lo establecido en la ley, y a su vez, por no asegurar a sus empleados, la empresa puede ser sancionada según el Código de Trabajo.

**Gráfico 7**

*La empresa tiene acceso a internet*



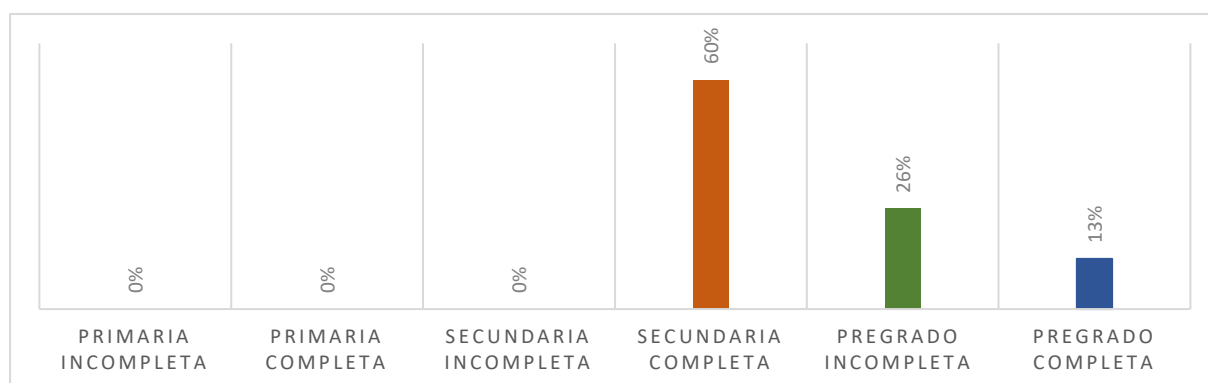
**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

En la actualidad, tener acceso a internet es normal, y para una empresa es esencial porque esta herramienta permite obtener información acerca de las actividades, para realizar publicidad, en contactar con proveedores y clientes. Según lo expuesto en el gráfico 7, el 65% de las microempresas del sector comercial de Chone tienen internet, mientras que el 35% no han instalado el mismo. Consiguientemente, las microempresas que no tienen internet, están perdiendo el contacto directo con los clientes y sus necesidades.

## Identificación de factores determinantes que influyen en la sostenibilidad económica de las microempresas del sector comercial ubicadas en Chone

### Gráfico 8

*Nivel de escolaridad*

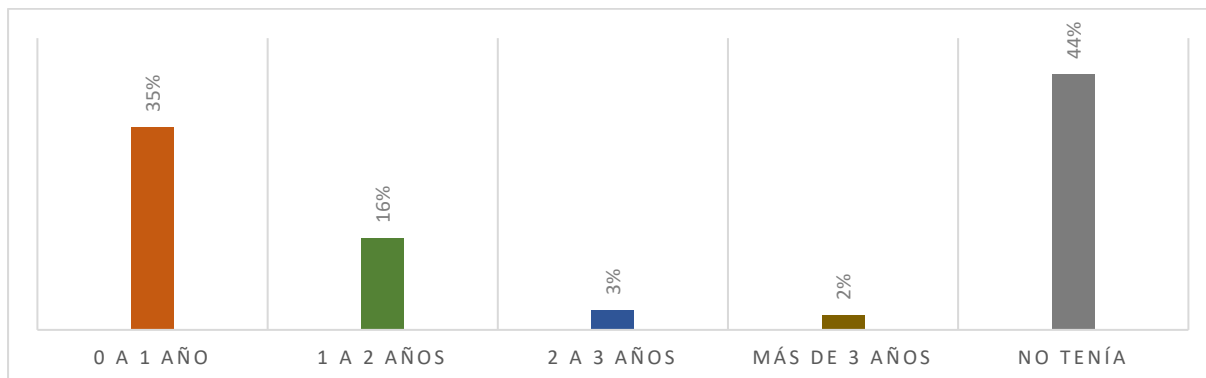


**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

El nivel académico es importante para que una empresa tenga fuerza laboral y rentabilidad económica. Consiguientemente, este factor influye en la sostenibilidad de un negocio ya que, poner en práctica los conocimientos adquiridos en el trayecto académico ayuda que la empresa sea más competitiva y, por ende, logre tener un crecimiento en su segmento de mercado y mayores ingresos económicos. Según el resultado de esta investigación solo el 13% de los propietarios que conforma el sector comercial de Chone son profesionales, mientras que un 26% aun no culminan los estudios universitarios. Por otra parte, el 60% faltante solo han culminado la secundaria, lo que significa que tienen una pequeña desventaja para que la empresa sea sostenible a través del tiempo, porque al realizar la toma de decisiones sin fundamentos técnicos puede perjudicar el estado financiero del negocio.

## Gráfico 9

### *Experiencia antes de emprender*

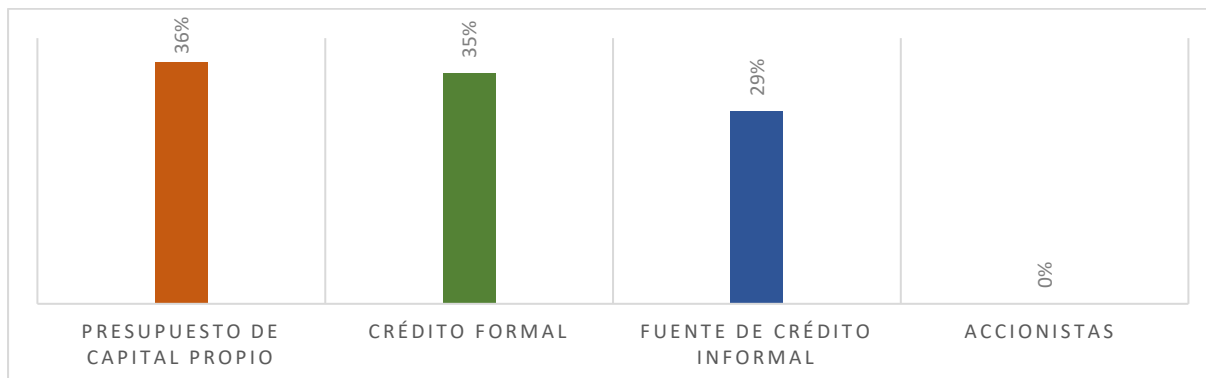


**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

La experiencia antes de emprender, es un factor que influye en la sostenibilidad económica de una empresa. Unificando las variables expuesto en el gráfico 9, el 66% de las microempresas del sector comercial de Chone emprendieron a base de su experiencia en su antiguo trabajo, pero el tiempo que realizaron dicha actividad estuvo entre 0 a 1 año (35%); 1 a 2 años (16%); 2 a 3 años (3%); y más de 3 años solo el 2%. En lo que respecta al 44% de los microempresarios, manifestaron que pusieron en marcha su negocio sin tener experiencia alguna. El no tener experiencia, puede contraer desventaja para el negocio como: dudas e incertidumbre sobre la actividad, y por ende puede provocar riesgo financiero.

## Gráfico 10

### *Inversión del negocio*

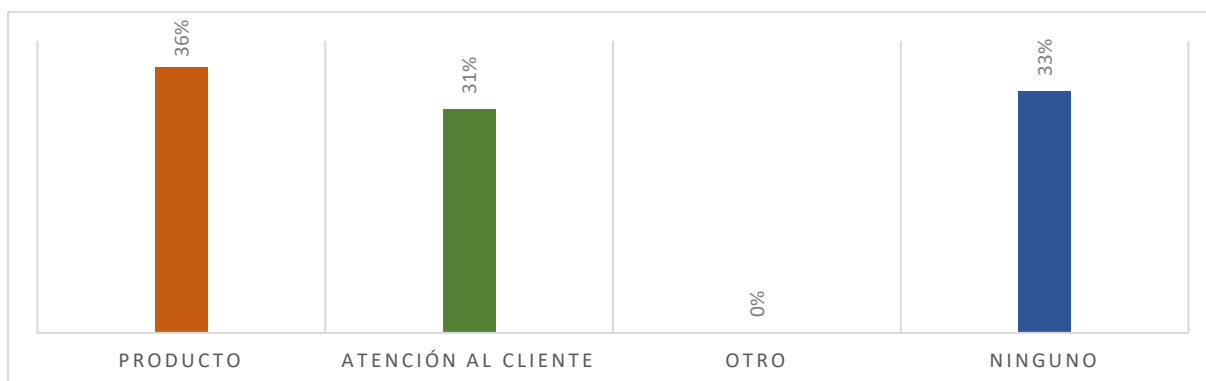


**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

La inversión del negocio con presupuesto de capital propio permite una sostenibilidad económica de la empresa, por motivos que ha evadido un endeudamiento, pero solo fue aplicado por el 36% de los microempresarios del sector comercial de Chone. Mientras que el 64% optaron por un crédito (35% en una entidad financiera y el 29% de una fuente informal). En lo que respecta al crédito de manera informal, puede llegar a ser riesgoso para la empresa porque su interés es muy costoso; y riesgoso en la vida personal porque llegan a recibir amenazas por no cumplir con las cuotas establecidas. Es por ello, que es importante tener en consideración un plan de financiamiento, y en conformidad al resultado del diagnóstico de esta investigación solo 6% ejecutaron el mismo, mientras que el 94% de los microempresarios no realizaron dicha planificación.

## Gráfico 11

### Desarrollo e innovación

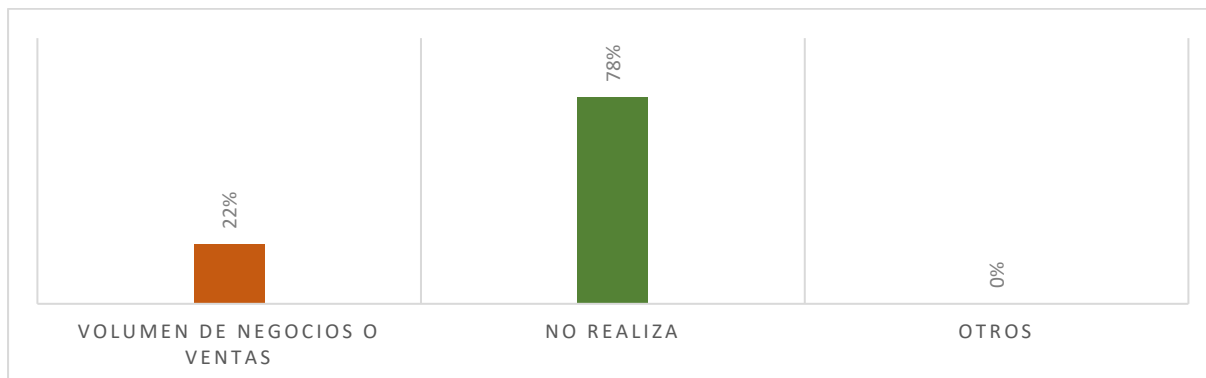


**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

Los factores como el desarrollo e innovación, la apuesta a la eficiencia y el nivel en tecnología que tiene a disponibilidad un negocio influyen en la sostenibilidad económica del mismo. En primer lugar, cumple las expectativas del consumidor el cual permite aumentar la competitividad de la empresa y su participación en el mercado; en conformidad al (gráfico 11), el 36% de los microempresarios ponen en práctica la innovación del producto, el 31% en atención al cliente, mientras que el 33% faltante no aplican las variables antes mencionadas. En lo que respecta la apuesta a la eficiencia, este factor impulsa al desarrollo sostenible porque están aprovechando los recursos naturales y habilidades del empleador (43% & 64%), sin embargo, un 2% no lo aplican. Consiguientemente, tomando como referencia el nivel en tecnología que cuenta las microempresas del sector comercial de Chone, es suficiente con un 39% e insuficiente en un 61%. Es decir, si la empresa no invierte en tecnología avanzada, se estaría debilitando ante la competencia, siendo un factor que impide su sostenibilidad económica.

**Gráfico 12**

*Indicador para monitorear alguna área de interés*

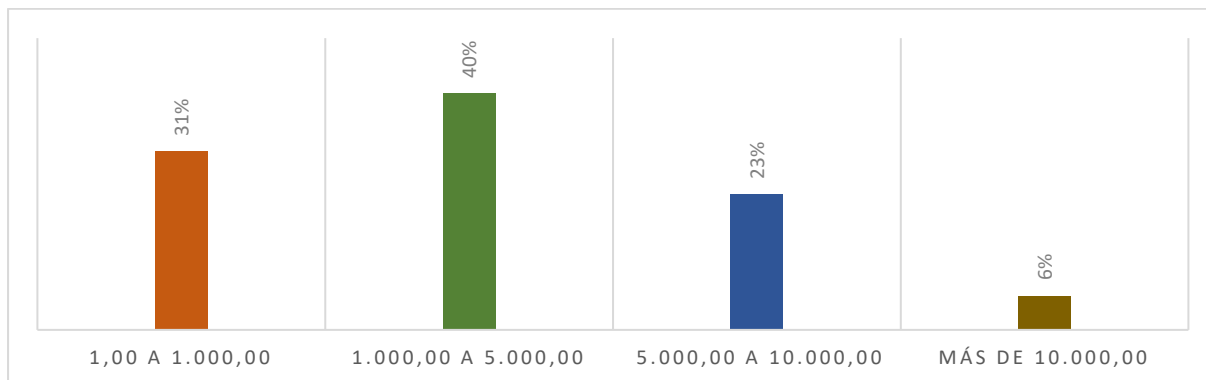


**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

Mediante la aplicación de la encuesta a los microempresarios del sector comercial de Chone, se les preguntó si hacen uso de un indicador que le permita monitorear un área en interés, donde, el 22% de los microempresarios manifestaron que utilizan el volumen de negocios o ventas, el cual se calcula con el total de ingresos por todas las transacciones económicas o actividades realizadas durante un tiempo determinado. Mientras que el 78% señalaron no aplicaban indicadores. Cabe resaltar, que un indicador es una herramienta de sustentabilidad que permite evaluar los resultados económicos – financieros de la empresa.

### Gráfico 13

#### *Ingresos mensuales*

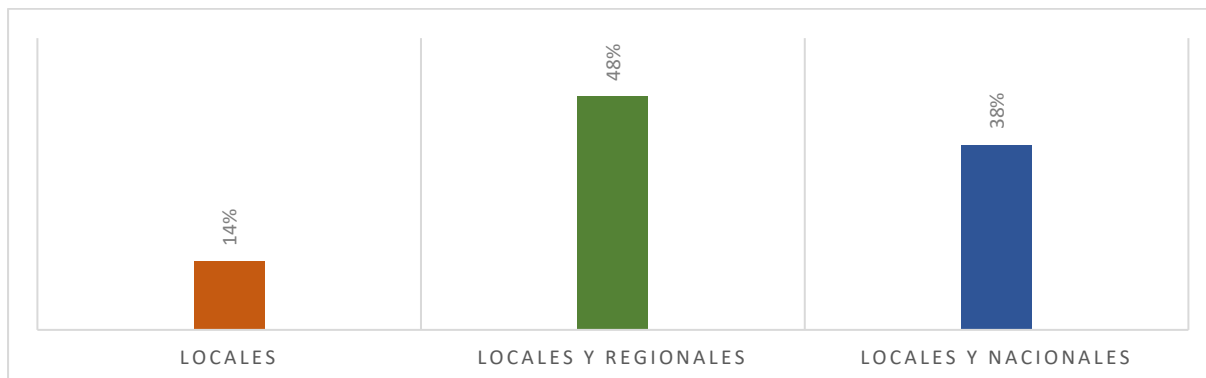


**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

Como se puede observar en el (gráfico 13), el 31% de las microempresas objeto de estudio tienen ingresos de \$1,00 a \$1.000; el 40% entre \$1.000 a \$5.000; el 23% de \$5.000 a \$10.000; y un 6% tienen ingresos mayores a \$10.000 dólares en monedas americanas. Por otra parte, unificando los resultados en compras mensuales; el 39% de los microempresarios invierten entre \$1,00 a \$1.000; el 32% de \$1.000 a \$5.000; y el 29% invierten más de \$5.000 dólares mensuales. Es decir, sus utilidades son mínimas, y, por ende, pueden estar teniendo problemas de liquidez.

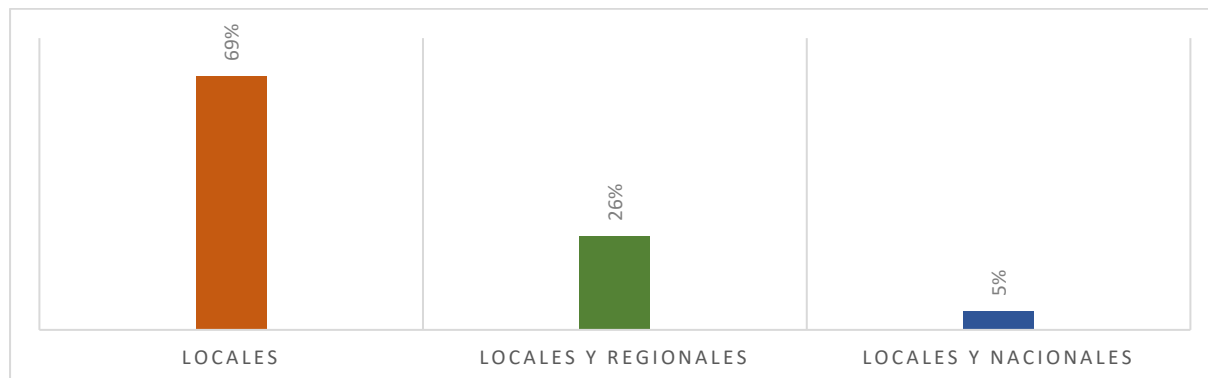
## Gráfico 14

### Proveedores



**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

Un proveedor puede ser una empresa como una persona el cual es dedicado abastecer productos a otra persona. En concordancia al gráfico 14, el 40% de los microempresarios del sector comercial de Chone son locales; el 48% les proporciona productos proveedores entre locales y regionales; y el 38% les abastece bienes, los proveedores locales y nacionales. Un proveedor es un elemento importante en el proceso comercial, porque si el proveedor no entrega el bien a tiempo, la empresa queda mal ante sus clientes y, por ende, existe la probabilidad que decidan irse con la competencia. Además, un proveedor es importante en el negocio por motivos que proporciona beneficios como ahorro de costos, y tomando en consideración variables del diagnóstico el 61% de los encuestados manifestaron que los costos adquiridos al proveedor son fijos debido que tienen un acuerdo establecido, y dentro de estos costos fijos el 26% indicaron que son bajos, y 36% compran los productos en costos medio. Por otra parte, el 39% de los microempresarios señalaron que los costos adquiridos al proveedor varían según el producto y la temporada. Es por ello, que es necesario que las empresas estén especializadas en procesos comerciales para controlar las compras ante los proveedores, las ventas, el inventario, entre otros.

**Gráfico 15***Cientes*

**Fuente:** Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

Entre mayor sea la demanda, más probabilidad hay que una empresa tenga sostenibilidad económica porque un cliente permite que la empresa exista y crezca en el mercado. Es por ello que, el cliente es un factor vital que influyen en la sostenibilidad económica de un negocio. De acuerdo al resultado de la investigación el 69% de los microempresarios del sector comercial de Chone tiene clientes locales; el 26% le compran personas locales y regionales; pero un 5% manifestaron que sus clientes varían entre locales y nacionales. Lo que significa que las microempresas objeto de estudio tienen en su mayoría clientes locales, y de ellos dependen para que el negocio tenga ingresos económicos y rentabilidad financiera.

## Definición de estrategias para la sostenibilidad microempresarial del sector comercial de Chone implementadas en tiempos de crisis

**Tabla 9**

*Estrategias comerciales en tiempos de crisis*

<b>Estrategias empresariales</b>			
Entrega a domicilio sin recargo	18%	Capacitación del personal	0%
Entrega a domicilio sin recargos – Promociones 2x1 y Ofertas	24%	Disminución del personal	12%
Promociones 2x1	7%	Inversión en publicidad	0%
Ofertas	5%	Alianza estratégica con otra empresa	0%
Adquirir productos a proveedores bajos costes y Disminución de PVP	18%	Definir equipos de toma de decisiones de emergencia e Implementar soluciones para garantizar las normativas de teletrabajo	9%
Disminución de PVP	0%	Implementar soluciones para garantizar las normativas de teletrabajo	0%
Implementar nuevos productos	0%	No realiza	7%
100%			

*Nota:* Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercial del Cantón Chone (2021)

En épocas de crisis, las MyPIMES deben adaptarse a los cambios del mercado y desarrollar estrategias comerciales que les permita afrontar a lo largo del año las consecuencias de una crisis económica que ha venido afectando al negocio. Según la investigación realizada en las microempresas del sector comercial de Chone en relación a la reciente crisis sanitaria a causa de la pandemia COVID 19 en el Ecuador, manifestaron acerca de las estrategias empresariales implementadas en sus negocios el cual les ayudó a la sobrevivencia en el mercado debido que sus ingresos habían disminuido a causa del motivo antes mencionado. Consiguientemente, en la tabla 9, se expone que el 24% de las microempresas implementaron estrategias como: Entrega a domicilio sin recargos – promociones 2x1 y ofertas; el 18%, decidieron que sus

estrategias era solo la entrega a domicilio sin recargo; en cambio otro 18%, buscaron la manera de adquirir productos a proveedores bajos costes y disminuir el precio venta al público (PVP). Por otra parte, el 12% de los negocios optaron por la decisión de recorte del personal, aunque cabe resaltar que específicamente no es una estrategia, pero la disminución de las ventas e ingresos causó esta difícil decisión. Cabe mencionar, que es importante, saber ejecutar bien las estrategias ya que de ello depende los resultados empresariales y sus beneficios.

## DISCUSIÓN

### **Componente 1: Situación actual de las microempresas del sector comercial ubicadas en Chone**

Según Bermúdez (2018), expone que:

Una empresa familiar es un negocio que ha pertenecido a una familia, y es una estructura productiva antigua de la humanidad, representando un rol predominante en la economía de cada país. Además, Bermúdez agrega que, en Ecuador, de acuerdo a un estudio de la Empresa Familiar de Ecuador realizado por la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES), el 90,5% de las empresas ecuatorianas registradas en el Superintendencia de Compañías Valores y Seguros tienen una estructura de tipo familiar. Un 7,9% de las empresas son de propiedad dispersa no familiar y el 1,7% propiedad desconocida. (p.48)

En conformidad a lo antes mencionado por la autora Bermúdez acerca de las empresas familiares, evidencia que tiene relación con el resultado obtenido de la investigación realizada a las microempresas del sector comercial en Chone, porque el 59% de las microempresas objeto de estudio son empresas familiares; y el 41% son individuales – no familiares. Es decir, las empresas familiares tienen un porcentaje predominante y un peso importante en la economía local como nacional.

Por otra parte, tomando en referencia el sueldo y afiliación del personal de las microempresas de estudio, se comprobó que no están cumpliendo con el artículo 18 del código de trabajo sobre el sueldo establecido por el Ministerio de Trabajo del presente año, donde indica que toda empresa debe cancelar un sueldo básico unificado de \$400,00 y que a su vez, el empleador debe estar afiliado al seguro del IESS a su empleado.

## **Componente 2: Factores determinantes que influyen en la sostenibilidad económica de las microempresas del sector comercial ubicadas en Chone**

Ramos, Otero, Arrieta y González (2017), como se citó en Cadena, Pereira y Pérez (2019), indican que “en la actualidad, la innovación es considerada como la variable clave para el éxito de las empresas, ya que estas se desenvuelven en un ambiente dinámico que aumenta constantemente sus exigencias y demanda tanto en mercados nacionales como internacionales”. Y contrarrestando Amaya (2017), como se citó en Cadena et al. (2019), expone que:

La innovación permite aumentar la productividad y competitividad de un país. Ecuador, lo ha tratado mediante el otorgamiento de becas, fortalecimiento de becas de la investigación y desarrollo tecnológico, así como el apoyo a emprendimientos. El país, durante los últimos 5 años se comprometió a crear un ambiente favorable para innovar, sin embargo, en el ranking mundial de innovación para el año 2017 se ubicó en el puesto 92 a diferencia del 2013 que estaba en el 83.

Desde el punto económico, la innovación de las microempresas es un elemento esencial en el progreso de su productividad permitiendo que sus productos sean más competitivos hacia distintos mercados. En relación con la ciudad de Chone, el 36% de las microempresas del sector comercial aplican la innovación en sus productos, el 31% en atención al cliente. Sin embargo, existe un 33% de microempresarios que no ejecutan métodos en relación al desarrollo e innovación para mejorar la competitividad de la empresa, y, por ende, no le permitiría ser una empresa sostenible a través del tiempo ya que sus ventas disminuirían y asimismo sus ingresos económicos. .

### **Componente 3: Estrategias para la sostenibilidad microempresarial del sector comercial de Chone implementadas en tiempos de crisis**

Según lo investigado con anterioridad, las microempresas del sector comercial de Chone se vieron en la necesidad de implementar estrategias ante la reciente crisis sanitaria que perjudicó a la economía de los habitantes del país. Por consiguiente, empezaron a realizar entrega a domicilio sin recargos – promociones 2x1 y ofertas; buscaron la manera de adquirir productos a proveedores bajos costes y disminuir el precio venta al público (PVP); y relacionando con estrategias sugeridas por autores expertos en el tema, se tomó como referencia los consejos que debe aplicar las empresas en tiempos de contingencias. De acuerdo a Castro (2020), indica que “deben actuar responsablemente y calmar; ser resilientes al cambio; mantener contacto con los clientes a través de las redes sociales; actualizar su sitio o red social como empresa; utilizar los recursos digitales disponibles”. Es decir, las MyPIMES deben adaptarse a los cambios del mercado y desarrollar estrategias comerciales que les permita afrontar a lo largo de los años las consecuencias de una crisis económica a nivel local o nacional.

## CONCLUSIONES

- En el análisis expuesto del presente desarrollo de esta investigación, nos indica que el 59% de las microempresas del sector comercial son familiares y según autores expertos en el tema, este tipo de empresas al no estar de acuerdo con una toma de decisión puede llegar a presentar problemas o conflictos entre las familias. Además, se evidenció que el 100% de las microempresas en general (familiar y no familiar) no tienen establecido una filosofía empresarial, ni un organigrama estructural y, por ende, sus clientes pueden estar teniendo inconvenientes en comprender sus objetivos organizacionales. Lo que significa que pueden estar teniendo inconvenientes en cuanto al cumplimiento de sus metas y mala distribución de las actividades correspondientes.
- Entre los factores determinantes que influyen en la sostenibilidad económica de las microempresas del sector comercial ubicadas en Chone según lo investigado, se destaca que 66% de los microempresarios tuvieron experiencia antes de emprender; el 67% de las microempresas aplican el desarrollo e innovación en productos, y atención al cliente; el 22% de los negocios manifestaron que monitorean sus áreas mediante el indicador de volumen de negocios o ventas. Además, se identificó que los microempresarios tienen como factor externo de la sostenibilidad económica el precio de la materia prima. Es decir, tienen un acuerdo con sus proveedores que les abastece los productos en un costo fijo, mismo que el 26% en un costo bajo y 36% en costo medio.
- Consiguientemente, las empresas se vieron en la necesidad de implementar estrategias empresariales para sobrevivir antes la reciente crisis sanitaria por pandemia COVID 19 en el Ecuador. Por esta razón, el 88% de las microempresas de Chone objeto de estudio,

tomaron la decisión de llevar a cabo pequeñas estrategias comerciales como: entrega a Domicio sin recargo, promociones 2x1, ofertas, adquisición de productos a un menor costo para venderlo en menos precio a los clientes, implementación del teletrabajo. Mientras que el 12% optaron por la decisión de recorte del personal, aunque no es una estrategia, pero la disminución de las ventas e ingresos causó esta difícil decisión.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bermudez, N. (2018). Las Empresas Familiares en el Ecuador: Definición y aplicación. *X-Pedientes Económicos*, 46-72. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/42-1-197-1-10-20180622.pdf
- Borda, M., Tuesca, R., & Navarro, E. (2015). *Métodos cuantitativos*. Puerto Colombia: Ediciones Uninorte. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=sbq0rOeXqEcC&pg=PA85&dq=que+es+poblacion+de+estudio+de+un+investigacion?&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiE\\_86Gq4ftAhVtdt8KHRErCf0Q6AEwAXoECAEQAg#v=onepage&q=que%20es%20poblacion%20de%20estudio%20de%20un%20investigacion%3F&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=sbq0rOeXqEcC&pg=PA85&dq=que+es+poblacion+de+estudio+de+un+investigacion?&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiE_86Gq4ftAhVtdt8KHRErCf0Q6AEwAXoECAEQAg#v=onepage&q=que%20es%20poblacion%20de%20estudio%20de%20un%20investigacion%3F&f=false)
- Cadena, J., Pereira, N., & Perez, Z. (2019). La innovación y su incidencia en el crecimiento y desarrollo de las empresas del sector alimentos y bebidas del Distrito Metropolitano de Quito (Ecuador) durante el 2017. *Revista Espacios*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n22/a19v40n22p17.pdf>
- Castro, F. (08 de 04 de 2020). Obtenido de CONECTA: <https://tec.mx/es/noticias/sonora-norte/institucion/estrategias-y-consejos-para-pymes-en-tiempos-de-pandemia>
- Delgado, Y., Hernández, N., & Lemoine, F. (2020). Análisis de la actividad Comercial para la Sostenibilidad en los negocios del cantón Sucre. *Ciencias Administrativas*(15). Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5116/511660741008/html/index.html>
- Donoso, C., & Bravo, V. (2020). El dinamismo económico que genera las microempresas en la zona Norte de Manabí. *Digital Publisher*, 50-59. Obtenido de file:///C:/Users/MIS%20DOCUMENTOS/Downloads/320-Art%C3%ADculo\_manuscrito\_ensayo-2783-6-10-20200907%20(2).pdf
- EAE Business School . (20 de Febrero de 2017). Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/claves-para-conseguir-la-sostenibilidad-empresarial/>
- Flores, J. (10 de Julio de 2018). Obtenido de Derechos Ecuador: <https://www.derechoecuador.com/microempresa#:~:text=Cuando%20hablamos%20de%20la%20microempresa,1%20a%2015%20empleados%20m%C3%A1ximo.>

- Giraldo, J. P. (2016). *Factores de Gestión para la sostenibilidad empresarial*. Obtenido de chrome-extension://oemmnadbldboiebfnladdacbfmadadm/https://repositorio.unillanos.edu.co/jspui/bitstream/001/508/1/Informe%20Final%20Tesis%20Factores%20de%20Gestio n%20para%20la%20Sostenibilidad%20Empresarial%202.1.pdf
- Global Entrepreneurship Monitor. (2019). *Emprendimiento en Ecuador*. Ecuador: ESPAEL. Obtenido de https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM\_Ecuador\_2019.pdf
- Hernández , R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). *Metodología de la Investigación* (sexta edición ed.). México: McGrawHill Education. Obtenido de https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf
- Iglesias, M., & Cortés, M. (2018). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Ciudad del Carmen. Obtenido de http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia\_investigacion.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2019). Obtenido de Directorio de Empresas y Establecimiento.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC . (29 de Noviembre de 2019). Obtenido de INEC del 2018: El Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC (2018) indica que las microempresas representan el 90,81% de negocios en Ecuador. Además, manifiesta que según su tamaño: Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas predominante en el país, es el sect
- Negocios a Velocidad. (2020). Obtenido de BUSINESS AT SPEED: https://www.phcsoftware.com/pe/business-at-speed-pe/indicadores-sostenibilidad-empresa/
- Párraga, L., Mendoza, K., & Intriago, D. (2017). Importancia del emprendimiento microempresarial para el desarrollo económico del cantón Chone. *Polo del Conocimiento*, 56-69. Obtenido de file:///C:/Users/MIS%20DOCUMENTOS/Downloads/26-118-2-PB%20(1).pdf

- Pelekais, C. (2017). Métodos cualitativos y cuantitativos. *Dialnet*, 2(2), 347-352. Obtenido de file:///C:/Users/MIS%20DOCUMENTOS/Downloads/Dialnet-MetodosCuantitativosYCualitativos-6436313%20(1).pdf
- Rodríguez, C. (20 de 05 de 2016). Obtenido de Escuela de Organización Industrial: <https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/05/20/sostenibilidad-en-las-empresas/#:~:text=Empresas%20Sostenibles,futuras%2C%20en%20su%20entorno%20general.>
- Ruedas, G. (2019). Análisis de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos en la zona de planificación 7 – Sur del Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 4(5), 370-397. Obtenido de file:///C:/Users/MIS%20DOCUMENTOS/Downloads/Dialnet-AnalisisDeLosFactoresAsociadosALaSostenibilidadDeL-7164258%20(1).pdf
- Sánchez, G. (2017). *Análisis de la Sostenibilidad*. Madrid.

## ANEXOS

### Imagen 1

*Microempresa comercial “Zona caliente”*



**Imagen 2**

*Microempresa comercial “Minitienda María”*



**Imagen 3**

*Microempresa comercial de ropa “Ana Laura”*

**Imagen 4**

Microempresa comercial "Perfûmate"



**Imagen 5**

*Microempresa comercial “Boutique Complements”*



### ENCUESTA A LOS MICROEMPRESARIOS

**OBJETIVO GENERAL:** Analizar los factores asociados a la sostenibilidad microempresarial del sector comercial de Chone.

#### DATOS DE LA EMPRESA

Razón social o nombre comercial:		Dirección del negocio:	
Tipo de contribuyente	<i>Persona Natural</i>	Clase de contribuyente:	RUC RISE
Permanencia de la actividad:		Propietario o representante legal:	
Tipo de empresa	Familiar		
	No familiar		

Actividad económica			
Sector comercial			
Artículos de bazar		Ferretería	Pastelería
Cafetería		Insumos de belleza	Plásticos
Carnicería		Licorería	Prendas de vestir
Cevichería		Locería	Repuestos de vehículo
Comida rápida		Panadería	Tiendas de abarrotes
Farmacología		Papelería	Restaurante
Otro			
Línea de productos			
1		3 a 5	9 a 15
2		5 a 7	15 a 20
3		7 a 9	Más de 20

<b>La empresa tiene definida por escrito la filosofía empresarial</b>		<b>Tiene establecido el organigrama empresarial</b>	
Si		Si	
No		No	
<b>Manuales de procedimientos</b>		<b>Giro comercial de la empresa</b>	
Si		Mayoristas	
No		Minoristas o detallistas	
<b>Personal que labora</b>		Comisionistas	
1 a 3		<b>Clima interno de la empresa</b>	
3 a 5		Buen clima laboral	
5 a 7		Regular	
7 a 9		Muy malo	
<b>Sueldo mensual</b>		<b>Investigación de mercado</b>	

\$200		Estudio de campo	
\$300		Estudio en redes u online	
\$400		Evaluaciones proyectivas	
Otro		No realizó	
<b>El personal está afiliado al IESS</b>		<b>La empresa tiene acceso a internet</b>	
Si		Si	
No		No	

<b>Nivel de escolaridad</b>		<b>Experiencia antes de emprender</b>	
Primaria incompleta		0 a 1 año	
Primaria completa		1 a 2 años	
Secundaria incompleta		2 a 3 años	
Secundaria completa		Más de 3 años	
Pregrado incompleto		No tenía	
Pregrado completo		<b>Plan de financiamiento</b>	
Otro		Si	
<b>Inversión del negocio</b>		No	
Presupuesto de capital propio		<b>Apuesta por la eficiencia</b>	
Crédito		Aprovecha los recursos naturales	
Accionistas		Aprovecha las habilidades del empleador	
Fuente de crédito informal		No es importante	
<b>Desarrollo e innovación</b>		<b>Nivel de tecnología del negocio</b>	
Producto		Suficiente	
Atención al cliente		Insuficiente	
Otro		<b>Los productos cuentan con marca</b>	
Ninguno		Una marca en general	
<b>Indicadores para monitorear algunas áreas de interés</b>		La marca varía según el producto	
Volumen de negocios o ventas		No tiene	
No realiza		<b>Ingresos mensuales</b>	
Otros		1,00 a 1.000,00	
<b>Compras mensuales</b>		1.000,00 a 5.000,00	
1,00 a 1.000,00		5.000,00 a 10.000,00	
1.000,00 a 5.000,00		Más de 10.000,00	
Más de 5.000,00		<b>Costos adquiridos al proveedor</b>	
<b>Proveedores</b>		Costos fijos	
Locales		Costos variables	
Regionales		<b>Costos fijos adquirido al proveedor</b>	
Nacionales		Costos bajos	
<b>Clientes</b>		Costos medios	
Locales		Costos altos	
Regionales		<b>Precio venta al público</b>	
Nacionales		PVP Fijos	
<b>Calidad del producto</b>		PVP Variables	
Excelente		<b>PVP Fijos al cliente</b>	
Buena		Bajos	
Regular		Medio	

Mala		Altos	
------	--	-------	--

<b>Estrategias empresariales</b>			
Entrega a domicilio con recargo		Capacitación del personal	
Entrega a domicilio sin recargos		Disminución del personal	
Promociones 2x1		Inversión en publicidad	
Ofertas		Alianza estratégica con otra empresa	
Adquirir productos a proveedores bajos costes		Definir equipos de toma de decisiones de emergencia	
Disminución de PVP		Implementar soluciones para garantizar las normativas de teletrabajo	
Implementar nuevos productos		No realiza	