



**Pontificia Universidad
Católica del Ecuador**

Seréis mis testigos

ESMERALDAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

**FACTORES DE ÉXITO DE LOS EMPRENDIMIENTOS: CASO TIENDAS DE
ABARROTES, DE LA PARROQUIA ESMERALDAS, ECUADOR EN EL AÑO 2022**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: EMPRENDIMIENTO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA:

KERLY GÉNESIS COLCHA GUASHPA

ASESOR:

FRANCISCO MILA CARVAJAL

ESMERALDAS 2023

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE, previo a la obtención del título de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Lector 1

Mgt. Orlin Álava

Lector 2

Mgt. Freddy Betancourt Aguilar

Director de área

Mgt. Cristina Mendoza

Director De Tesis

Mgt. Francisco Mila Carvajal

Esmeraldas, 2023

AUTORÍA

Yo, **KERLY GENESIS COLCHA GUASHPA**, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autor/a” y de la PUCESE.

Firma

KERLY GENESIS COLCHA GUASHPA

C.I. 0803472190

AGRADECIMIENTO

A Dios:

Por guiarme y siempre darme esa esperanza para nunca rendirme, por siempre bendecirme y su amor infinito.

A mis padres María Guashpa y Ipolito Colcha:

Por su apoyo infinito y crianza, su amor y por qué a pesar de lo que suceda me van a seguir apoyando, por su ejemplo y enseñanzas.

A la Universidad PUCE:

Por formar parte de mi desarrollo académico y permitirme obtener una profesión.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN	II
AUTORÍA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE DE CONTENIDO	V
ÍNDICE DE GRÁFICO Y TABLA.....	VII
ÍNDICE DE RESULTADO.....	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN.....	10
Planteamiento del problema	11
Justificación del problema	12
Objetivos.....	13
Objetivo General.....	13
Objetivos Específicos	13
CAPÍTULO I	14
1.MARCO TEÓRICO	14
1.1. Bases teóricas conceptuales	14
1.2. Antecedentes	19
1.3. Bases legales	21
CAPÍTULO II.....	22
2.MARCO METODOLÓGICO	22
2.1 Contexto de la investigación.....	22
2.2 Metodología de la investigación	22

2.2.1 Enfoque de la investigación.....	22
2.2.2 Alcance de la Investigación.....	23
2.2.3 Método de la investigación.....	23
2.2.4 Tipo de investigación.....	23
2.3. Procedimientos para la recolección y análisis de datos	24
2.3.1 Procedimientos	24
2.3.2 Recolección y análisis de datos	24
2.3.3 Técnicas e instrumentos a utilizar.....	25
2.4. Población y Muestra	26
2.5. Matriz de operacionalización de la variable	27
CAPÍTULO III.....	29
3. RESULTADOS	29
3.1. Características del emprendedor de las tiendas de abarrotes.....	29
3.1.2. Factores de Éxito de los emprendimientos	34
3.1.3. Factores de la competitividad de las tiendas de abarrotes	36
3.1.3.1 Condiciones de los factores	37
3.1.3.2 Condiciones de la demanda	37
3.1.3.3 Sector afines de apoyo	38
3.1.3.4 Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas	39
3.1.3.5 Rivalidad entre las empresas	40
3.1.4. Gobierno municipal	41
CAPÍTULO IV	42
4. DISCUSIÓN.....	42
CAPITULO V.....	44
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44

5.1. Conclusiones.....	44
5.2. Recomendaciones	45
6. REFERENCIAS	46
7.ANEXOS	50

ÍNDICE DE GRÁFICO Y TABLA

Figura 1 Diamante de competitividad.	15
Tabla 1 Operacionalización de Variables.....	28

ÍNDICE DE RESULTADO

Tabla 1 Estado Civil.	29
Tabla 2 Distribución de las edades.	30
Tabla 3 Género.....	30
Tabla 4 Nivel Educativo.	31
Tabla 5 Origen del negocio.....	31
Tabla 6 Tiempo de labor.	32
Tabla 8 Vivienda.....	32
Tabla 8 Incentivo para emprender.	33
Tabla 9 Expectativas de crecimiento.	33
Tabla 11 Capital Inicial.....	34
Tabla 11 Factores de éxito internos y externos a los microemprendimientos.....	35
Tabla 12 Factores de éxito con mayor importancia.....	36
Tabla 13 Factores de éxito con menor importancia.....	36
Tabla 15 Condiciones de la demanda.	38
Tabla 16 Sectores afines de apoyo.....	38
Tabla 17 Estrategias más efectivas.	39
Tabla 18 Estrategia.	40
Tabla 19 Estructura.....	40
Tabla 20 Rivalidad.....	41
Tabla 21 Gobierno	42

RESUMEN EJECUTIVO

El éxito de las microempresas contribuye a la economía y desarrollo de un país, además de aportar con el pago de los diferentes impuestos, que las tiendas de abarrotes cancelan a su respectiva municipalidad, brindan fuentes de empleo a la sociedad, el actual proyecto de investigación propone conocer, cuáles son los factores internos y externos que inciden al éxito de los emprendimientos en las tiendas de abarrotes de la parroquia Esmeraldas del cantón y provincia de Esmeraldas.

El desarrollo del actual trabajo de investigación se realizó en la parroquia Esmeraldas, a través de un estudio de campo con un enfoque cuantitativo de los factores de éxito de las microempresas de la parroquia Esmeraldas, para la recolección de información y análisis estadístico, por lo tanto, cuenta con un alcance descriptivo que consiste en comprender aquellas características principales por medio de un cuestionario que se plantió a las 43 tiendas de abarrotes, esta investigación es de tipo no experimental. Los resultados obtenidos en la parroquia Esmeraldas manifiesta una mayor presencia de mujeres en el sector comercial, que iniciaron su microempresa por cuenta propia y con ahorros propios por motivo de desempleo y como objetivo a largo plazo llegar a ser sostenible, considerando un factor importante, a través del modelo de diamante de Porter se pudo identificar los diversos factores de competitividad como la experiencia de la mano de obra, calidad de los proveedores etc. Es importante que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Esmeraldas (GADME), desarrolle un plan de acción que beneficie a los microempresarios y garanticen la seguridad a los micro emprendedores que por causa de la delincuencia busca solo ser sostenibles.

Palabras claves:

Microempresa, factores de éxito, factores de competitividad, desempleo, sostenibilidad.

ABSTRACT

The success of microenterprises contributes to the economy and development of a country, in addition to contributing with the payment of different taxes, which grocery stores pay to their respective municipality, provide sources of employment to society, the current research project is It proposes to know, what are the internal and external factors that affect the success of the ventures in the grocery stores of the Esmeraldas parish of the canton and province of Esmeraldas.

The development of the current research work was carried out in the Esmeraldas parish, through a field study with a quantitative approach to the success factors of the microenterprises in the Esmeraldas parish, for the collection of information and statistical analysis, therefore, has a descriptive scope that consists of understanding those main characteristics through a questionnaire that was applied to the 43 grocery stores, this research is non-experimental. The results obtained in the Esmeraldas parish show a greater presence of women in the commercial sector, who started their microenterprise on their own account and with their own savings due to unemployment and as a long-term objective to become sustainable, considering an important factor, Through Porter's diamond model, it was possible to identify the various factors of competitiveness such as the experience of the workforce, quality of suppliers, etc. It is important that the Municipal Autonomous Decentralized Government of Esmeraldas (GADME) develop an action plan that benefits micro-entrepreneurs and guarantees security for micro-entrepreneurs who, due to crime, only seek to be sustainable.

Keywords:

Microenterprise, success factors, competitiveness factors, unemployment, sustainability.

INTRODUCCIÓN

Presentación del tema de investigación

El emprendimiento es un componente importante del desarrollo económico a nivel mundial, permite la generación de nuevas fuentes de empleo, la reducción de la pobreza, y el desarrollo de la innovación.

Los emprendedores, inician nuevos negocios con la finalidad de satisfacer las necesidades de la población según el Global Entrepreneurship Monitor (Monitor Global de emprendimiento) quien se encarga de medir la actividad empresarial, Ecuador es el país latinoamericano con el mayor índice de creación de negocios, siendo los negocios comerciales orientados a ofrecer diferentes bienes y servicios Duque (2019).

En la ciudad de Esmeraldas, las tiendas de abarrotes influyen en la economía del país, generando más fuentes de empleo, los impuestos que las tiendas de abarrotes cancelan, al Servicio de Rentas Internas (SRI) y a su respectiva municipalidad.

En el cantón Esmeraldas Considerando que existen factores tanto internos como externos, esto ha logrado que los emprendimientos permanezcan en el mercado. Los emprendedores no siempre se proyectan una visión y desarrollan conocimientos empresariales de manera empírica.

Para llevar a cabo el proyecto de investigación se elaboró un marco teórico, en la cual se sustenta la participación de diversos autores en temas como; factores de éxito, factores de competitividad, características de los emprendedores y diamante de competitividad de Porter, con el objetivo de describir y explicar cuáles son los factores que inciden al éxito de los emprendimientos con un enfoque cuantitativo.

Planteamiento del problema

En las tiendas de abarrotes de la parroquia Esmeraldas, del cantón y provincia de Esmeraldas, que forman parte del sector comercial, han logrado ampliar su negocio y mantener la sostenibilidad de este, sin embargo, no todos los micro emprendedores logran ser sostenibles.

Estos tipos de emprendimientos son iniciados de manera empírica con el propósito de generar ingresos, esto se debe a la falta de empleo y nivel de educación, por lo cual en estos tipos de negocios los propietarios no llevan un monitoreo o aprendizaje previo de sus fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades, han sido diversos los factores que permiten el desarrollo de las tiendas de abarrotes a pesar de no contar con estudios administrativos específicos.

En la actualidad, la finalidad del éxito dependerá de los objetivos que el micro emprendedor se plantea, este puede ser comprendido como un estado o satisfacción de metas logradas.

Por eso su importancia para el éxito empresarial a través de diversos elementos y estrategias competitivas que aplican los emprendedores para así obtener rentabilidad en las tiendas de abarrotes.

Surge la interrogante ¿Cuáles son los factores que inciden al éxito de los emprendimientos en las tiendas de abarrotes de la parroquia Esmeraldas en el año 2022?

Formulación y sistematización del problema

Problema general

¿Cuáles son los factores que inciden en el éxito de los emprendimientos en las tiendas de abarrotes de la parroquia Esmeraldas en el año 2022?

Problemas específicos

¿Cuáles son las características de los emprendedores en la parroquia de Esmeraldas?

¿Cuáles son los factores importantes que impulsen el desarrollo en las tiendas de abarrotes?

¿Cómo medir la competitividad en las tiendas de abarrotes, bajo el modelo Diamante de competitividad de Porter?

Justificación del problema

La finalidad de esta investigación es dar a conocer los factores que influyen en el éxito empresarial en las microempresas, en este caso las tiendas de abarrotes de la parroquia de Esmeraldas, cantón Esmeraldas, en los últimos años se ha ocasionado el cierre temporal o definitivo de algunas tiendas de abarrotes.

Los emprendimientos permiten el desarrollo económico a nivel provincial, debido a que brindan un producto que satisface las necesidades del consumidor.

Esta investigación va dirigida a los emprendedores, futuros emprendedores y entidades de apoyo, como guía que le permitirá orientarse, de cómo funcionan estos negocios dentro del mercado cambiando su perspectiva y forma de pensar de los emprendedores y les permita aumentar su rentabilidad con un enfoque más objetivo para generar una economía más atractiva.

Los consumidores se beneficiarán si estos emprendimientos se mantienen dentro del mercado puede seguir consumiendo de sus productos, además, de generar más fuentes de empleo y dinamizar la economía.

Objetivos

Objetivo General

Analizar los factores de éxito de las tiendas de abarrotes de la parroquia Esmeraldas, del cantón Esmeraldas año 2022.

Objetivos Específicos

- Determinar las características de los emprendedores en la parroquia de Esmeraldas
- Identificar los diversos factores de éxito que impulsen el desarrollo en las tiendas de abarrotes
- Medir la competitividad de las tiendas de abarrotes, bajo el modelo Diamante de competitividad de Porter

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Bases teóricas conceptuales

Las bases teórico- científicas del actual trabajo de investigación se menciona los conceptos de factores de éxito, por lo cual se establece la definición por diversos autores.

Emprendimiento

El emprendimiento es el acto de iniciar un negocio o negocios, por lo cual se espera generar ganancias. Los emprendedores realizan un papel clave en la economía, en particular, por sus habilidad y determinación necesaria, además de aportar con nuevas ideas en el mercado. Borja et al., (2020)

Características del emprendedor

Los emprendedores son aquellos individuos que cuenta con distintas características muy particulares, entre ellas: Gómez et al., (2018)

- Obligación absoluta, decisión y constancia.
- Aptitud para lograr objetivos.
- Disposición y pertinencia
- Determinación y Compromiso
- Firmeza al momento de resolver una dificultad
- Precisión
- Autoestima
- Rectitud y Seguridad.
- Condescendencia al cambio

Definición de competitividad

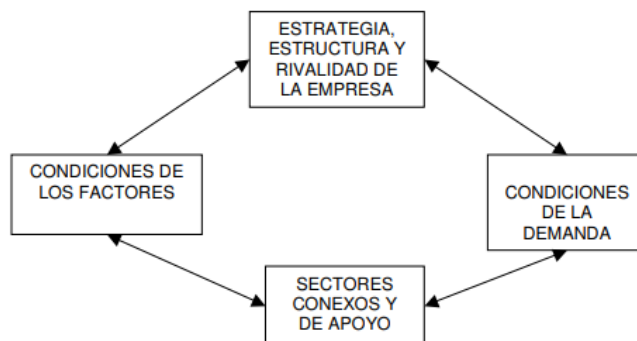
“La capacidad que tiene una empresa para crear y ejecutar estrategias competitivas, sostener o crecer su plaza de cuota de productos en el mercado de forma sustentable.” Medeiros et al., (2019)

Esas aptitudes varían según las circunstancias de la institución o empresa, donde se empieza por desarrollar las destrezas del individuo y la enseñanza de los diferentes procesos gerenciales-administrativos, además de aplicar las doctrinas políticas, la propuesta de infraestructura y tiene como prioridad el estudio de la oferta y la demanda. “El alcance de la competitividad puede ejecutarse en su comunicación positiva con el aumento económico a largo plazo.” Medeiros et al., (2019)

Diamante de competitividad de Porter.

Figura 1

Diamante de competitividad.



El diamante de competitividad de Porter es un modelo utilizado a nivel empresarial, llevado a cabo por el estadounidense Michael Porter, en su premisa evalúa la ventaja competitiva es más importante en una nación con respecto a la competencia global. Cedeño & Benavides, (2019)

En el siguiente modelo consta: “Condiciones de los factores, condiciones de la demanda, industrias relacionadas e industrias de apoyo y estructura y rivalidad”. “Estos determinantes instauran el ambiente de una nación, dado que estudian como se origina y aprenden a competir las organizaciones”. Cedeño & Benavides, (2019)

Entre las diferentes determinantes de Porter se encuentran:

Condiciones de los factores:

Se definen como los medios que posee una nación, se refiere al potencial de sus capacidades naturales , físicos, intelectuales y de cimientos constituidos en la empresa. Cedeño & Benavides, (2019)

Condiciones de la demanda:

“La demanda está determinada por el crecimiento del mercado demandante, el grado de sofisticación de los compradores domésticos y anticipación de las necesidades de los compradores.” Cedeño & Benavides, (2019)

Industrias relacionadas y de apoyo:

En estas industrias predomina la presencia o ausencia de las empresas proveedoras, de igual forma en los sectores industriales que generen competencias (Cedeño & Benavides, 2019).

Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas:

Este factor representa la situación en el cual las empresas inician, planifican y administra, lo cual permite interpretar la competitividad entre los microempresarios en el sector comercial, de igual manera, es fundamental tener en cuenta como los clientes influyen en el poder de negociación, productos suplentes, competitividad y negociación con los proveedores (Cedeño & Benavides, 2019).

Cada factor del diamante se aprecia los elementos que llevan a tener los siguientes factores; ventaja competitiva; los recursos necesarios y destreza, el procesamiento de la información para determinar oportunidades, direccionalidad que las empresas deben acoplarse al ritmo del entorno competitivo de forma más dinámica (Cedeño & Benavides, 2019).

El instrumento de Diamante de competitividad de Porter se emplea para indagar la rivalidad externa de una empresa, por medio de los proveedores e innovaciones, por lo tanto, se puede determinar, cual es el motivo por lo que algunas industrias se convirtieron fuertemente competitiva y han logrado obtener ventajas ante sus competidores (Cedeño & Benavides, 2019).

Éxito

Para el éxito empresarial se aprecia el desarrollo de las metas impuestas por el microempresario hacia su negocio propio.

Los objetivos empleados para el éxito varían según su forma de comprender, por lo cual pueden ser distintos, a su manera de pensar sobre el éxito de cada uno, varios emprendedores solo se enfocan en los resultados financieros y el aspecto, serán su único foco, mientras que otros pensarán también en el éxito personal o social. (Centro de negocios Zaragoza, 2022).

Factores críticos de éxito

Se define como un conjunto mínimo de áreas decisivas en las que se garantiza un desempeño ventajoso de un individuo, departamento u organización desde el punto de vista gerencial nos dice que son cambiables en la gerencia puede influir, según sus decisiones, que puede afectar significativamente la posición competitiva general de una industria respectivamente. En conclusión, se puede decir que los factores críticos de éxito son precisamente aquellos factores, componentes o elementos constitutivos, esencial en una organización transformándose en variables en la cual sus principios en algún instante son críticos o inaceptable en algún momento afectará lo que se estime exitoso. (Murillo, n.d.)

Factores explicativos del crecimiento empresarial

En el progreso corporativo suelen evaluar dicho fenómeno como un factor clave del crecimiento de la competencia del negocio, verificando su eficiencia, a través, de variaciones en el valor de las acciones en el mercado de capitales y por tanto, el rendimiento que sostiene el accionista, apoyándose la mayoría de dichos estudios, más que en analizar las causas de dicho

crecimiento y los diferentes factores tanto internos como externos, pueden apoyar a aclarar la adopción del crecimiento como estrategia deseada para lograr una mayor competencia y un mejor posicionamiento en los mercados que se encuentran funcionando Blázquez et al., (2006)

Factores internos

El tiempo, la infraestructura, la gestión del conocimiento, la motivación. Blázquez et al. (2006),

Factores externos

Incita a la gerencia aprobar decisiones dirigida al crecimiento del negocio, se trata de factores económicos, sociales, políticos y tecnológicos, de igual manera, estas pueden influir de modo notoria en la toma de decisiones. Blázquez et al., (2006)

Los factores se pueden agrupar en:

- Factores externos relativos al entorno sectorial de la empresa, establecido por los adversarios, clientela y proveedores.
- Factores externos de nivel superior, entre los que cabe citar: la demanda, las mejoras tecnológicas, facilidad a créditos privados y la ayuda gubernamental.

Factores importantes en el desarrollo de las microempresas

1. Planeación

“Los flujos de caja, proyecta de modo objetivo los ingresos a percibir, destacando los producidos en las ventas y gastos más destacados al ejecutarse, principalmente los derivados de proveedores con el propósito de que en el negocio jamás falte el dinero para financiar su ciclo operativo” (American Express, 2020).

2. Control financiero

“Con la finalidad de planear acciones hay que tratar de corregir los errores cometidos y así terminar de planificar a corto, mediano y largo plazo, conforme a las necesidades de consolidación de la empresa.” American Express, (2020).

3. Informarse del entorno económico

“Para observar la situación global, nacional y del grupo productivo en que se encuentra inmerso, con la intención de mejorar los recursos financieros y reducir el riesgo del mercado que pudiera originarse a corto plazo” (American Express, (2020).

4. Utilizar los recursos tecnológicos

“Se llevan a cabo procesos prácticos y de control permitiendo juntar las bases de datos, de esta manera se tomarán decisiones convenientes conforme al ambiente administrativo y financiero”. American Express, (2020)

1.2. Antecedentes

Lingán, Yolanda (2018) Factores que influyen en el éxito sostenible de las MYPES de servicios en el Mercado Limeño. Adapta una metodología, no experimental de tipo transversal prospectivo o correlacional-causal sugiere la investigación cuantitativa con el motivo que se permita ratificar la suposición y define la relación de las variables independientes con la variable dependiente en un momento dado, algunas empresas invirtieron más en descubrimientos tecnológicos y publicidad, lo que tuvo un efecto positivo para lograr un mayor éxito, permitiendo así ser rentable en los últimos 3 años y además , tienen más tiempo en el mercado limeño, por lo que se puede decir que

La mayoría de clientes aumentaran el volumen de ventas , se llegó a la conclusión que para que las PYMES tengan un mayor desarrollo debe mejorar su gestión empresarial, la innovación, tecnología y publicidad, la práctica del empresario y/o tomando en consideración el nivel de inversión empleado en el momento de iniciar su negocio ,referente al nivel de estudios al

momento de iniciar su empresa, según los resultados el 40% era técnico y un 25% bachiller o licenciado y con un 70% de empresarios masculinos y un 30% femenino.

Ascue (2015), Factores de Éxito de las Microempresas en el Sector Comercio de Andahuaylas - Apurímac, 2015., para la siguiente investigación se desarrolló un enfoque cuantitativo y una investigación científica, por ser un modelo común de aproximación a la realidad, a nivel descriptivo y cuenta con un diseño de investigación no experimental transaccional-descriptivo, por lo tanto, la población estudiada está conformada por todas las microempresas activas del sector comercial, en total son 74 microempresas se consideró utilizar el tipo de muestreo probabilístico seleccionado en este estudio fue el muestreo aleatorio simple, “consiste en un metodología en el que todos los integrantes tienen la misma posibilidad de ser seleccionados”. Se pudieron identificar como técnicas de recolección de datos: - Revisión bibliográfica - entrevista. - La encuesta, invita a diferentes instituciones públicas y privadas a desarrollar estrategias dirigido al fortalecimiento de las microempresas.

Según Taxis et al., (2016) Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia, identifica a las microempresas como una forma de apoyo social y sus posibilidades de supervivencia. Su objetivo es generar condiciones óptimas para promover la acción emprendedora y la durabilidad empresarial, utilizó un modelo probabilístico a partir del cual se analizan diversas escenas asociadas a la probabilidad de que las microempresas superen los tres primeros años de operación en el mercado.

Los instrumentos de recolección de datos son un cuestionario estandarizado y una bitácora como resultados obtenidos las posibilidades que tiene una microempresa de intervenir por más de tres años y el nivel de estudios del microempresario. Los emprendedores que disponen un alto nivel académico son los que reflejan mayor nivel de renuncia al rol de empresarios.

Álvarez (2012) Factores de éxito de las pymes “caso comparativo entre seimalsa y calzado confort”, tiene como motivo ratificar si se presenta coincidencia, a través de, factores de éxito y

PYMES, correspondiente a la sección y sitio geográfico distintos, emplea el estudio de casos relacionado a dos PYMES exitosas, y, con base en los resultados obtenidos, contribuir con observaciones prácticas al fortalecimiento de las PYMES , se da una baja intensidad de capital, alta tasas de apertura y cierre, presencia de familiares en la gestión empresarial, mala administración, escasos registros contables, mínima estructura, poder centralizado, inapropiado contrato del personal, mano de obra semi cualificada, bajo nivel de inversión en innovación, dificultades para el acceso a financiación con proveedores, bancos, gobierno y clientes.

1.3. Bases legales

CONSTITUCIÓN

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. CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, (2021)

Reglamento a la Ley de Emprendimiento apunta a fomentar la innovación productiva

El Reglamento a la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación emitido por la Presidencia de la República, a través del Decreto Ejecutivo 1113 de 27 de julio de 2020, que entrará en vigencia cuando se publique en el Registro Oficial, establece las normas y disposiciones para la aplicación de la Ley, que crea las condiciones adecuadas para fomentar en el país un ecosistema de nuevos proyectos productivos e innovadores, ya que con un índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 36,7, Ecuador es el país más emprendedor en economías con ingresos medios.

Entre los beneficios que incluye el nuevo marco normativo para el emprendimiento está el

acceso a servicios y fondos financieros de inversión pública que, entre otros aspectos, serán publicados en la Guía Nacional de Emprendimiento que tendrá como base la información de los diferentes actores del ecosistema emprendedor y será de fácil acceso al público a través de medios digitales.

NORMATIVA

Mediante Resolución No. NAC-DGERCGC21-00000060, el Servicio de Rentas Internas (SRI) estableció las normas para la aplicación del régimen simplificado para emprendedores y negocios populares. La Resolución se encuentra vigente desde el 1 de enero del 2022. (Naranjo, Martínez & Subía, 2022).

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Contexto de la investigación

El presente trabajo de investigación pretende entender los factores de éxito, caso tiendas de abarrotes ubicada en la parroquia Esmeraldas del cantón y provincia Esmeraldas, la cual se dedica a la venta de productos de consumo diario.

La investigación busca dejar en claro, las condiciones internas y externas, el proyecto tuvo una duración de cuatro meses, en el cual se logró acceder a la información, recolección de datos, investigación de los procesos e interpretación de resultados, donde el objetivo sea aumentar la rentabilidad y sostenibilidad de un país.

2.2 Metodología de la investigación

2.2.1 Enfoque de la investigación

El presente trabajo de investigación tuvo un enfoque cuantitativo el cuál se puede plantear conclusiones a un grupo mayor que el investigado. De hecho, los contrastes de hipótesis o las

regresiones tienen como objetivo obtener resultados de una muestra que sirva en un determinado grupo de habitantes. (Rus, 2021)

Por lo cual esta investigación se estableció la recolección de información, datos y la interpretación de los resultados por medio de un análisis estadístico.

2.2.2 Alcance de la Investigación

La investigación de tesis es de alcance descriptiva (Mousalli, 2015), nos dice que se “Pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los concepto o variables a las que se refieren”.

Se indagó de forma determinada los rasgos esenciales y principales características con las que se desarrollan las tiendas de abarrotes.

2.2.3 Método de la investigación

A través del método deductivo que se empleó en el proyecto de investigación, se pudo recolectar los datos existentes, de cuantas tiendas de abarrotes se encuentra en estado activo dentro de la parroquia de Esmeraldas

El método que se aplicó en la investigación es la que se lleva cabo a través de la encuesta, por lo tanto, esta permitió comprender mejor los factores de éxito que los microempresarios consideran importantes, dentro del sector de mercado y pensamientos del conjunto de propietarios encuestados.

2.2.4 Tipo de investigación

Esta investigación es de tipo no experimental. El diseño no experimental: se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación. En la

investigación no experimental, se observan los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. (Ascue, 2015)

La variable factores de éxito y la toma de los datos se realizará en un solo momento. La delineación a seguir sostendrá una guía transeccional ya que la recolección de datos que se obtendrá tiene validez en un solo espacio de tiempo.

2.3. Procedimientos para la recolección y análisis de datos

2.3.1 Procedimientos

La investigación tuvo una duración de cuatro meses, se inició a partir del mes de octubre, la información se obtuvo mediante el proceso de encuestas a los respetivos emprendimientos que se mantienen dentro del mercado, una vez que se obtuvo la información.

Para el levantamiento de información, se requirió el consentimiento de los dueños de los respectivos negocios (tienda de abarrotes) objeto de estudio. El tiempo que se llevó a cabo en las encuestas fue de 15 minutos.

2.3.2 Recolección y análisis de datos

Para la recolección de datos se contó con un cuestionario aplicando la escala de Likert, para procesar la información recolectada, se utilizó el programa informático Microsoft Excel para el análisis estadístico.

Fuentes primarias: En esta investigación la fuente primaria de donde se obtiene la información se llevó a cabo en la investigación será el objeto de estudio, es decir, las tiendas de abarrotes, la que considera el estudio relativo de los factores de éxito que presenta un negocio que ha permitido mantenerse dentro del mercado.

Fuentes secundarias: Para la adaptación de fuentes secundaria se obtuvo acceso sobre la información de experiencia y conocimientos que carecen los comerciantes de las tiendas de abarrotes.

Fuentes terciarias: En la siguiente investigación de fuentes terciarias se organizará la información que se recolecto de los negocios objeto de estudios, es decir, de las fuentes primarias y secundarias, de donde se pretendió obtener la información básica acerca de los comerciantes y los factores que influyen dentro del negocio tanto interno como externo de las tiendas de abarrotes.

2.3.3 Técnicas e instrumentos a utilizar

Para las técnicas de recolección de datos se aplicó lo siguiente: Revisión de documentos, encuesta y como instrumento la ficha de recolección de datos, cuestionario.

El instrumento que se aplicó corresponde al cuestionario que consta con preguntas que contengan información sobre las características del emprendedor, factores de éxito interno y externo y el modelo de competitividad para lograr el éxito.

Instrumento

Validación de juicio de expertos

Conforme al instrumento que se aplico es validado, a través, de un grupo de expertos que validaron el instrumento y aceptaron su aprobación.

A continuación, se presentará la lista de expertos:

- Yelina Rodríguez Ruelas
Lic. Administración de Empresas
- Nelida Medina Quispe
Lic. Administración de Empresas
- Rosa Nelida Ascue Ruíz
Lic. Administración de Empresas

Confiabilidad del instrumento

Según (Ascue, 2015) Demostró una confiabilidad de acuerdo con el análisis de fiabilidad, donde utilizo el programa SPSS22 con el método de Alfa de Cronbach, cual cuenta con una fiabilidad de (,930).

Refleja una recapitulación

Demuestra una fiabilidad en relación con todas las variables del procesamiento de las encuestas tomando en cuenta 48 casos, es decir el número de encuestas que realizo en base a la muestra obtenida de su población, señalando que los cuarenta y ocho son válidos y cero son inválidos, es decir representa una validez del 100%

Estadísticas de fiabilidad

- Alfa de Cronbach
- Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados
- N de elementos

Donde los elementos analizados son de 41 la cual se refiere que de las 58 preguntas contenidas solo se consideraron 41 para el análisis.

Por lo tanto, el instrumento es fiable puesto que utilizo el programa SPSS, se empleó el análisis de fiabilidad, arrojando un resultado de alfa de Cronbach de 0,930. Por la cual se considera que el instrumento aplicado en las encuestas de las tiendas de abarrotes es fiable en relación con la confiabilidad del instrumento adquirido.

2.4. Población y Muestra

Población

La palabra «población» proviene del latín *populatio*, “multitud”, y éste de *populus*, que significaba “pueblo” o “ciudadanía”. En la actualidad, las poblaciones son objeto de diversos estudios y distintas perspectivas analíticas, que intentan dar con las tendencias de formación, desarrollo y crecimiento de las comunidades de nuestra especie.(Uriarte, 2020)

Acorde a la información obtenida, a través, del estudio de campo que se aplicó en la parroquia Esmeraldas de los negocios (tiendas de abarrotes) activas, se obtuvo un total de 43 tiendas de abarrotes, la cual, se tomó como población en el caso de estudio.

Muestra

Según indica(López, 2004) “Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación”.

Se tomó en cuenta el 100% de población, obtenida en el estudio de campo, no se aplica ningún método de muestreo probabilístico, y margen de error para delimitar el tamaño de la muestra, por lo cual, el número de encuestas a emplear son 43.

2.5. Matriz de operacionalización de la variable

A continuación, se presenta la matriz de la variable a emplear

Tabla 1

Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Factores De éxito	Los factores de éxito de la empresa son las variables derivadas de la interrelación de las características económicas e instrumentos competitivos que usan las organizaciones incluidas en ella que pueden ser utilizadas para obtener una ventaja competitiva” (Ascue, 2015)	Se planteo un Marco teórico sobre los factores de éxitos, características y desarrollo que hacen que ésta logre alcanzar objetivo, se plantea una metodología de investigación a aplicar técnicas para mantener la sostenibilidad de las tiendas de abarrotes de la parroquia de Esmeraldas.	Características del emprendedor Factores de éxito Factores de competitividad	- Datos personales - Información del negocio - La motivación - Factores internos - Factores externos Condiciones de los factores - Condiciones de la demanda - Sectores afines y de apoyo - Estrategia estructura y rivalidad de las empresas - Gobierno municipal	Cuestionario sobre los factores de éxito (2015) Instrumento de anexo

Nota: Tomado del instrumento elaborado por (Ascue, 2015)

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS

A continuación, se presentará la información obtenida a través de los cuestionarios que se aplicó a los 43 microempresarios que sostienen un emprendimiento, basado en las tiendas de abarrotes de la parroquia de Esmeraldas, se presentará los resultados y análisis.

3.1. Características del emprendedor de las tiendas de abarrotes.

Para la elaboración de este ítem se aprecia los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los 43 microempresarios, enfocado a las “Tiendas de abarrotes” de la parroquia Esmeraldas que colaboraron con la información para su desarrollo, es decir, se tomaron en cuenta las siguientes variables como el estado civil, género, rango de edad, nivel educativo, formación, tiempo de trabajo, lugar de residencia, fuente de motivación, fuente de financiamiento y su creación, para mayor interpretación se describirá cada uno de los resultados.

Con respecto a la tabla 1. Las características de los microempresarios encuestados que conforman las Tiendas de abarrotes manifiestan que el 42% son casados, el 28% son solteros, el 16% son separados y el 7% están conformado entre viudos y unión libre tanto hombres como mujeres.

Tabla 1

Estado Civil.

Microempresarios	Frecuencia	Porcentaje
Casado	18	42%
Separado	7	16%
Soltero	12	28%
Unión libre	3	7%
Viudo	3	7%
Total	43	100%

Fuente: *Encuestas*

Los resultados obtenidos conforme a la distribución de las edades en la parroquia de Esmeraldas el 35% pertenece a los microempresarios que están entre los 45 a 55 años, y un 32% que son los que tienen 56 a más, continuando con un 19% que son los de 25 a 34 años, de acuerdo con la tabla 2.

Tabla 2

Distribución de las edades.

Rangos De Edades	Frecuencia	Porcentaje
De 25 a 34 años	8	19%
De 35 a 44 años	6	14%
De 45 a 55 años	15	35%
De 56 a más	14	32%
Total	43	100%

Fuente: *Encuestas*

En la parroquia de Esmeraldas, de acuerdo con los encuestados la mayor parte de las tiendas de abarrotes el 56 % son mujeres y por otra parte un 44% son hombres, por lo que respecta a la tabla 3.

Tabla 3

Género.

Microempresarios	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	24	56%
Masculino	19	44%
Total	43	100%

Fuente: *Encuestas*

En cuanto a la tabla 4, los resultados obtenidos para conocer el nivel educativo que alcanzaron los propietarios el 40% terminaron la secundaria y superior mientras que el 20% consiguieron solo el nivel de primaria.

Tabla 4

Nivel Educativo.

Microempresarios	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	9	20%
Secundaria	17	40%
Superior	17	40%
Total	43	100%

Fuente: *Encuestas*

Acorde con las variables de cómo los encuestados conformaron su negocio en general, en la mayoría de los microempresarios entre hombre y mujeres el 72% lo iniciaron por su propia cuenta, seguidamente del 12% que lo heredó, el 9% lo compraron y con un 7% que lo rentaron en referencia a la tabla 5.

Tabla 5

Origen del negocio.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Lo compró	4	9%
Lo heredó	5	12%
Lo inicio usted mismo	31	72%
Lo rentó	3	7%
Total	43	100%

Fuente: *Encuestas*

En referencia a la tabla 6, se interpreta lo resultados obtenidos en las encuestas sobre el tiempo de trabajo que dedican a su negocio, por lo tanto, el 53% de los microempresarios dedican más de 9 a 12 horas diarias en su negocio, al mismo tiempo, el 24% dedican de 5 a 8 horas y el 23% de 13 a más.

Tabla 6

Tiempo de labor.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 13 a más	10	23%
De 5 a 8 horas	10	24%
De 9 12 horas	23	53%
Total	43	100%

Fuente: *Encuestas*

La tabla 7. De acuerdo con los resultados obtenidos de los 43 microempresarios el 53% de los propietarios sí residen en el mismo local, al contrario del 47% que no residen en el mismo negocio.

Tabla 7

Residencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No	20	47%
Si	23	53%
Total	43	100%

Fuente: *Encuestas*

A cerca de los resultados obtenidos que motivó a los propietarios a iniciar su negocio, el 28% de los microempresarios abrieron su propia tienda por falta de la demanda para trabajar, el 23% fue la idea de independizarse, el 19% iniciaron por su gusto por el comercio y con un 16% por superarse seguido de un 7% busca incrementar sus ingresos, conforme a la tabla 8.

Tabla 8*Incentivo para emprender.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Aumentar ingresos	3	7%
Desempleo	12	28%
Gusto por el comercio	8	19%
Independizarse	10	23%
Otros	3	7%
Superarse	7	16%
Total	43	100%

Fuente: *Encuestas*

En relación con la tabla 9, se resalta las expectativas de crecimiento que tienen los propietarios en referencia a las tiendas de abarrotes, el 53% de los microempresarios desean solo mantenerlo, el 26% de acuerdo con la información obtenida anhelan ampliar el local, diferente del 9% que aspiran ser líder en el mercado, el 7% está enfocado en expandirlo y con un 5% otros y de acorde a la información estos son el cierre total de las tiendas.

Tabla 9*Expectativas de crecimiento.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ampliarlo	11	26%
Expansión	3	7%
Mantenerlo	23	53%
Otros	2	5%
Ser líder en el mercado	4	9%
Total	43	100%

Fuente: *Encuestas*

La tabla 10. Se puede interpretar que el 42% de los microempresarios de la parroquia Esmeraldas iniciaron su emprendimiento basado en las tiendas de abarrotes con ahorros propios del propietario, a lo contrario de los demás el 37% trabajan con préstamos bancarios, el 16% son los préstamos de familiares o amigos y con un 5% tenemos los ahorros familiares.

Tabla 10

Capital Inicial

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ahorros familiares	2	5%
Ahorros propios	18	42%
Prestamista o Bancos	16	37%
Préstamos de Familiares o Amigos	7	16%
Total	43	100%

Fuente: *Encuestas*

3.1.2. Factores de Éxito de los emprendimientos

Se analiza los factores de éxito internos y externos de la tienda de abarrotes de la parroquia Esmeraldas, que son propio para el crecimiento y éxito de esta, para recolectar información se indicó a través de una escala de Likert, se procedió a colocar el nivel de importancia de cada uno de los factores siendo 1 nada importante y 5 muy importante, como se representa a continuación en la tabla 11.

Tabla 11

Factores de éxito internos y externos a los microemprendimientos.

Factores	IN	P.IN	NE	IM	M.IM	Total
Oferta de productos	0,0%	0,0%	9,3%	23,3%	67,4%	100%
El éxito de mercado	2,3%	9,3%	16,3%	34,9%	37,2%	100%
Comunicación efectiva	0,0%	0,0%	2,3%	20,9%	76,7%	100%
Relaciones con los clientes	0,0%	0,0%	0,0%	27,9%	72,1%	100%
Moral de la empresa	2,3%	0,0%	14,0%	27,9%	55,8%	100%
Eficiencia de las operaciones	0,0%	0,0%	16,3%	32,6%	51,1%	100%
Estabilidad financiera	0,0%	2,3%	11,6%	48,8%	37,2%	100%
Gestión estratégica	7,0%	0,0%	30,2%	20,9%	41,9%	100%
El tiempo de la empresa	2,3%	14,0%	20,9%	23,3%	39,5%	100%
El tamaño de la empresa	11,6%	11,6%	16,3%	27,9%	32,6%	100%
La motivación del propietario	0,0%	0,0%	11,6%	16,3%	72,1%	100%
La gestión del conocimiento	4,7%	7,0%	37,2%	23,3%	27,8%	100%
La competencia	11,6%	11,6%	34,9%	23,3%	18,6%	100%
Los proveedores	0,0%	4,7%	14,0%	32,6%	48,7%	100%

Nota: IN: No es importante P.IN: Poco importante NE: Neutro IM: Importante M.IM: Muy importante

Manteniendo los resultados obtenidos en la tabla 12, se destacó los factores de éxito que consideran muy importante e importantes que consideran los propietarios, es la relación con el cliente que representa el 100%, seguido del 98% se aprecia la comunicación efectiva, con un 88% se encuentra el factor de motivación del propietario, el 91% oferta de producto y con el 84% se aprecias la moral de la empresa con la eficiencia de las operaciones.

Tabla 12

Factores de éxito con mayor importancia.

<i>Factores</i>	IM y M.IM
Comunicación efectiva	98%
Relaciones con los clientes	100%
La motivación del propietario	88%
Oferta de productos	91%
Moral de la empresa	84%
Eficiencia de las operaciones	84%

Nota: *IM: Importante M.IM: Muy importante*

En cuanto a la tabla 13, se clasificó los factores que los microempresarios consideran de menor importancia para el éxito de su negocio, como el factor de tiempo de la empresa que representa el 37,20%, además, del tamaño de la empresa y la competencia representando el 58% en ambos factores.

Tabla 13

Factores de éxito con menor importancia.

<i>Factores</i>	IN, P.IN y NE
El tiempo de la empresa	37,20%
El tamaño de la empresa	58%
La competencia	58%

Nota: *IN: No es importante P.IN: Poco importante NE: Neutro*

3.1.3. Factores de la competitividad de las tiendas de abarrotes

Para los factores de competitividad se tuvo presente el diamante de Porter que se realizó a los 43 microempresarios en las encuestas obtenidas en el trabajo de campo de la parroquia Esmeraldas, de acuerdo con los cinco factores que lo conforman como son ,condiciones de los factores, estrategia ,estructura y rivalidad de las microempresas ,condiciones de demanda , Sectores de apoyo y Gobierno, se solicitó a los microempresarios que califique su importancia

conforme a la escala de Likert que significa 1 nada importante y 5 muy importante, para conocer los factores que aporten a la competitividad del sector comercial.

3.1.3.1 Condiciones de los factores

A continuación, se describen los factores que intervienen, cantidad de mano de obra, disposición de la mano de obra, experiencia de la mano de obra, costo de la mano de obra y facilidad para acceder a financiamiento, estas variables presentan a los diferentes propietarios para asignar un nivel de importancia.

Concorde a la tabla 14, el mayor porcentaje se atribuye a la experiencia de la mano de obra, que representa mayor importancia con el 72,1 % y con el 60,5% se considera la disponibilidad de la mano de obra, a diferencia de los demás factores que son relevantes para la competitividad.

Tabla 14

Condiciones de los factores.

Variables	IN	P.IN	NE	IM	M.IM	Total
Cantidad de mano de obra	7,0%	14,0%	9,3%	20,9%	48,8%	100%
Disponibilidad de la mano de obra	0,0%	2,3%	11,6%	25,6%	60,5%	100%
Experiencia de la mano de obra	2,3%	4,7%	9,3%	11,6%	72,1%	100%
Costo de la mano de obra	0,0%	4,7%	27,9%	34,8%	32,6%	100%
Facilidad para acceder a financiamiento	0,0%	16,3%	9,3%	18,6%	55,8%	0%
Costo de servicios públicos	2,3%	7,0%	18,6%	32,6%	39,5%	100%
Costo de alquiler	4,7%	2,3%	14,0%	27,8%	51,2%	100%

Nota: IN: No es importante P.IN: Poco importante NE: Neutro IM: Importante M.IM: Muy

3.1.3.2 Condiciones de la demanda

Como resultado los diferentes factores que se plantearon en las encuestas se aprecia las siguientes variables, como exigencia de los clientes, sofisticación de los clientes, nivel de educación del cliente, nivel de información y experiencia de los clientes se destaca los factores de mayor importancia en las encuestas aplicadas a los microempresarios.

Acorde a las variables planteadas el 48,8% de los propietarios lo consideran que es muy importante el nivel de información y experiencia de los clientes a diferencia del 32,6% que es considerado una variable neutra que no es ni tan importante ni importante para aportar a la competitividad de las tiendas de abarrotes, que se aprecia a continuación en la tabla 15.

Tabla 15

Condiciones de la demanda.

Factores	IN	P.IN	N.E	I.M	M.IM	Total
Exigencia de los clientes	2,3%	0,0%	20,9%	32,6%	44,2%	100%
Sofisticación de los clientes	0,0%	14,0%	27,9%	32,6%	25,6%	100%
Nivel de educación del cliente	0,0%	18,6%	32,6%	41,9%	7,0%	100%
Nivel de información y experiencia.	0,0%	9,3%	14,0%	27,9%	48,8%	100%

Nota: IN: No es importante P.IN: Poco importante NE: Neutro IM: Importante M.IM: Muy importante

3.1.3.3 Sector afines de apoyo

A partir de las diferentes variables se tomó en cuenta la cantidad de proveedores, calidad de proveedor, oportunidad de proveedores, de modo que, los microempresarios calificaron su nivel de importancia a cada uno, a través de la escala de Likert.

En primer lugar, los propietarios de las tiendas de abarrotes dieron importancia a los siguientes Factores, como la calidad de los proveedores que representa el 67,4% considerándose una variable muy importante, además la cantidad de proveedores que equivale al 32,6% como muy importante, como se representa a continuación en la tabla 16.

Tabla 16

Sectores afines de apoyo.

Variables	IN	P.IN	N.E	I.M	M.IM	Total
Cantidad de proveedores	18,6%	11,6%	14,0%	23,3%	32,6%	100%
Calidad de proveedores	0,0%	2,3%	7,0%	23,3%	67,4%	100%
Oportunidad de proveedores	7,0%	16,3%	20,9%	30,2%	25,6%	100%

Nota: IN: No es importante P.IN: Poco importante NE: Neutro IM: Importante M.IM: Muy importante

3.1.3.4 Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas

A partir de este factor se conectan los tres grupos de variables que intervienen en cada uno, como es la estrategia, estructura y rivalidad en referencia a la rivalidad de los micro emprendedores.

Concorde a la tabla 17, las estrategias, estructura y rivalidad se subdividieron en diferentes herramientas que permita mostrar el nivel de importancia que consideran necesarios los microempresarios para competir dentro del sector comercial , de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de campo en la parroquia de esmeraldas se obtuvo que el 81,4% se basan en la calidad de los productos considerándolo muy importantes e importante, el siguiente elemento de estructura, se sustentó la estructura organizativa eficiente considerándolo con una herramienta muy importante e importante con la cual represento un porcentaje del 67,40% , seguido de muy importante que representa competencia limpia.

Tabla 17

Estrategias más efectivas.

Estrategia	IM Y M.IM
Se basan en la calidad	81,40%
La competencia es limpia	86,10%
Estructura organizativa eficiente	67,40%

Nota: *IM: Importante M.IM: Muy importante*

En consonancia con la tabla 18, la estrategia representa que el 62,8% es considerado muy importante en cuanto a la calidad del producto, de lo contrario del 41,9% que se orienta a algún nicho de mercado se calificó como un porcentaje no muy importante.

Tabla 18*Estrategia.*

Estrategia	IN	P.IN	NE	IM	M.IM	Total
Se basan en los costos	0,0%	4,7%	20,9%	32,5%	41,9%	100%
Se basan en la calidad	0,0%	11,6%	7,0%	18,6%	62,8%	100%
Se orienta a algún nicho de mercado	41,9%	25,6%	11,6%	9,3%	11,6%	100%

Nota: IN: No es importante P.IN: Poco importante NE: Neutro IM: Importante M.IM: Muy importante

La estructura organizativa eficiente se estima como un factor muy importante con un 37,2% seguido de la Estructura organizativa flexible que equivale al 41,8%, consideran que es importante con respecto a los cambios que puede ocurrir en el sector comercial. Como se aprecia en la siguiente tabla 19.

Tabla 19*Estructura.*

Estructura	IN	P.IN	NE	IM	M.IM	Total
Estructura organizativa eficiente	7,0%	4,7%	20,9%	30,2%	37,2%	100,0%
Estructura organizativa flexible	4,7%	11,6%	16,3%	41,8%	25,6%	100,0%

Nota: IN: No es importante P.IN: Poco importante NE: Neutro IM: Importante M.IM: Muy importante

3.1.3.5 Rivalidad entre las empresas

Los resultados obtenidos en la tabla 20 se aprecia que tan importante consideran los microempresarios para la competitividad, son las siguientes, La competencia fuerte, competencia limpia, competencia local y competencia externa por la cual a través del

estudio campo se resaltó que el 44,2% de los microempresarios aprecian que la competencia dentro del sector del mercado es limpia a lo contrario 41,9% no consideran neutro como un factor no tan importante e importante.

Tabla 20

Rivalidad.

Factores	IN	P.IN	NE	IM	M.IM	Total
La competencia es fuerte	0,0%	2,3%	44,2%	27,9%	25,6%	100,0%
La competencia es limpia	2,3%	2,3%	9,3%	41,9%	44,2%	100,0%
La competencia local	4,7%	14,0%	41,9%	25,6%	14,0%	100,0%
La competencia externa	18,6%	37,2%	16,3%	11,6%	16,3%	100,0%

Nota: *IN: No es importante P.IN: Poco importante NE: Neutro IM: Importante M.IM: Muy importante*

3.1.4. Gobierno municipal

Acorde a la tabla 21, en este factor externo del diamante Porter, se menciona la eficacia del gobierno para apoyar la competitividad de las microempresas lo cual se considera un factor no importante para la competitividad representando un 41,9% , seguido del El conjunto de servicios prestados por el gobierno con el 46,5% lo cual no es importante para los microempresarios el predominio del gobierno sobre el sector comercial en relación a la competitividad, como esta no se ve representado en relación a los microempresarios de la parroquia Esmeraldas (tienda de abarrotes)

Tabla 21*Gobierno*

Factores	IN	P.IN	NE	IM	M.IM	Total
Eficacia del gobierno para apoyar la competitividad de las microempresas	41,9%	23,3%	20,9%	11,6%	2,3%	100%
El conjunto de servicios prestados por el gobierno	46,5%	30,2%	20,9%	2,3%	0,1%	100%

Nota: *IN: No es importante P.IN: Poco importante NE: Neutro IM: Importante M.IM: Muy importante*

CAPÍTULO IV

4. DISCUSIÓN

El actual trabajo de investigación brinda un análisis de los resultados alcanzados de diversos autores que se utilizaron de antecedentes, los cuales cuentan con una metodología cuantitativa y cualitativa no experimental.

Es fundamental mencionar que el objetivo general de esta investigación fue indagar los factores de éxito de las tiendas de abarrotes de la parroquia Esmeraldas, del cantón y provincia de Esmeraldas año 2022. Los resultados del instrumento aplicado permitieron identificar, en la tabla 2 el 42% de los microempresarios se encuentran casados, la tabla 4 de género equivale a un 56% de mujeres, el 80% representa estudios de secundaria y superior, en cuanto a la aportación de los resultados alcanzados por (Lingán Cubas, 2018) referente a los factores que influyen en el éxito sostenible de las MYPES de servicios en el Mercado Limeño, presenta en sus resultados, el nivel de educación con un 40% técnico y un 25% bachiller o licenciado, con el 54% de los microempresarios son casados, además, el 70% se refiere al género masculino de los diversos propietarios, estos pueden variar con respecto al sector y lugar de investigación por la cual se puede apreciarse en relación de los propietarios existentes.

Según autores (Geraldin & Rivera, 2019) menciona que los microempresarios que cuenta con mejor nivel de educación son aquellos que presenta más probabilidad de abandono del rol de empresario, a través, de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en la parroquia de Esmeraldas, el 61% se basa en el nivel de educación primaria y secundaria, el 40% se refiere a los microempresarios con mayor nivel de educación.

De igual forma el autor citado (ASCUE PAUCCAR, 2015), en su trabajo de investigación Factores de éxito de las microempresas del sector comercial del distrito de Andahuylas-Apurimac, 2015, se analiza los componente que permiten tener un mejor desarrollo, de acuerdo a los factores plasmados en esta investigación, como la relación con los clientes, gestión de conocimientos y por último la motivación del propietario, los demás factores influyen en el éxito pero no son considerados muy importante, conforme al pensamiento de los microempresarios, el tamaño de la empresa y edad no son factores tan relevantes para el éxito de las microempresas

Por tanto, en los antecedentes de la investigación menciona a los factores de éxito, a los microempresarios por ende nos ayuda a dinamizar la economía del país, generando nuevas fuentes de empleo, por lo cual se puede analizar que las dos investigaciones consideran la comunicación efectiva con el cliente como el factor más relevante, seguido de relaciones con el cliente a diferencia de lo que se considera en los antecedentes, ambos consideran que la motivación del propietario es fundamental para que la microempresa pueda seguir desarrollándose, además de la oferta de productos, el tamaño de las empresas son los componentes en común, los cuales no influyen mucho.

Por otra parte, los 14 factores del éxito plasmados a los propietarios de las tiendas de abarrotes de la parroquia Esmeraldas, los mismos que a criterio de los microempresarios del sector comercio han sido los más importantes en el éxito de sus microempresas, destacándose en orden de importancia, los siguientes:

- Comunicación efectiva
- Relaciones con los clientes
- La motivación del propietario
- Oferta de productos
- Moral de la empresa

En cuanto al nivel de competitividad de las microempresas del sector comercio en la parroquia de Esmeraldas. Se pudo identificar que, entre todos los factores de competitividad identificado por Michael Porter, el más relevante o el de mayor ponderación fue el de la calidad de los productos, lo que indica que uno de los factores de mayor importancia que incide en la competitividad de las microempresas del sector comercial del cantón Esmeraldas es la calidad de los productos.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En conclusión, la siguiente investigación se convierte en un punto inicial, como referente práctico-teórico en el cual se identificaron los factores que han contribuido al éxito de las tiendas de abarrotes en el sector comercio de la provincia Esmeraldas, cantón parroquia Esmeraldas, permitiendo conocer las características que diferencia a los microempresarios de la competencia.

- Referente a las características generales de los microempresarios de las tiendas de abarrotes del cantón Esmeraldas, son hombres y mujeres con una diferencia numérica mínima, en su mayoría en un rango de edad de 45 años en adelante ,de los cuales el 42% son casados, 28% separados, 16% soltero, con un nivel de educación de 40 % en secundaria y educación superior, algunos microempresarios

han iniciado su negocio por cuenta propia, por factores externos como el desempleo, la mayor parte de los microempresarios desean mantener sus negocios.

- En la siguiente investigación entre los 14 factores de éxito y factores de competitividad que se realizaron en sus respectivas encuestas los factores de éxito más importante es la comunicación efectiva, este factor permite conocer las necesidades de nuestros clientes y conseguir un mayor rendimiento eficiente. El factor de competitividad con un 81,40% se basa en la calidad, es la forma en la que prefieren llevar un producto de buena calidad al menor precio en comparación con el diamante de competitividad de Porter, los emprendedores aplican este método de manera empírica, las condiciones de los factores como son Cantidad de proveedores, Oportunidad de proveedores
- Se aplicó a través de fondos propios y el conocimiento obtenido a través de la experiencia, para la instalación de su negocio, aplicaron el método de la observación según el flujo de clientes, todos los microempresarios, cuentan con empresas proveedoras para realizar sus actividades, la rivalidad de las empresas está considerado como un factor relevante según el punto de vista de los microempresarios, conforme a la estructura organizativa flexible el 67,5% lo consideran importante y el 32,6% lo consideran como un factor neutro, además los emprendedores no lo consideran un factor importante la eficiencia del gobierno y los conjuntos de servicios prestados.

5.2. Recomendaciones

Según los estudios realizados los dueños de las tiendas de abarrotes en su gran parte son personas mayores de 45 años en adelante, tienen el deseo de mantenerse en el mercado, mientras que los microempresarios más jóvenes desean expandirse.

- Se aconseja que los microempresarios apliquen un plan de negocios en la cual sitúen la factibilidad y rentabilidad de microemprendimiento, además con la ayuda de instituciones educativas, refuercen el concepto de motivación, optimismo, liderazgo, confianza, responsabilidad y el gusto por el comercio, esto permitirá reforzar las características del emprendedor.
- Se sugiere fomentar a través de las instituciones educativas o instituciones sin fines de lucro brindar charlas sobre los diversos factores que son importante para la empresa como la importancia de emprender a temprana edad, la gestión del conocimiento, gestión estratégica y atención al cliente esto permitirá poder conocer sobre nuevas tecnologías para poder implementar en el negocio, además de las estrategias que pueden aplicar para alcanzar sus objetivos, habilidades y competencia
- Es importante que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Esmeraldas (GADME) desarrolle, un plan de acción que beneficie a los microempresarios, ellos expresaron su incomprensión por parte del gobierno, debido a que no ofrecen el líquido vital a diario, no garantizan la seguridad de los microempresarios, por lo tanto, los microempresarios no desean expandirse por temor a ser extorsionados, lo cual ha sido causa del cierre total de las tiendas de abarrotes.

6. REFERENCIAS

Álvarez, X. (2012). FACTORES DE ÉXITO DE LAS PYMES “CASO COMPARATIVO ENTRE SEIMALSA Y CALZADO CONFORT.” *RES NON VERBA*, 61–92. <https://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicion2/FACTORES%20DE%20%C3%89XITO%20DE%20LAS%20PYMES.pdf>

- American Express. (2020, November 13). *Los 5 factores que impulsan el crecimiento de las PyMEs*. <https://www.americanexpress.com/es-mx/negocios/trends-and-insights/articles/5-factores-impulsan-crecimiento-la-pyme/#:~:text=Planeaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20y%20competitividad&text=En%20conjunto%2C%20la%20competitividad%2C%20la,en%20el%20conocimiento>
- Ascue, A. (2015). *FACTORES DE ÉXITO DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO EN EL DISTRITO DE ANDAHUAYLAS – APURÍMAC, 2015* [UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARIA ARGUEDAS]. <https://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14168/221/11-2015-EPAE-Ascue%20Pauccar-Factores%20de%20exito.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Blázquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *REVISTA INNOVAR JOURNAL*, 16, 43–56. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802804>
- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(0798–1015), 183–196. <http://www.localharvest.tuobra.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Cedeño, J., & Benavides, A. (2019). Estudio de caso: Diamante de la Competitividad de Porter y la ventaja competitiva del sector hotelero del Cantón Santa Elena. *Revista CIENCIAS PEDAGÓGICAS E INNOVACIÓN*, 7. <https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article/view/276>
- Centro de negocios Zaragoza. (2022). *Claves del éxito empresarial*. <https://centrodenegocioszaragoza.es/claves-exito-empresarial/>
- CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (2021). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*. LEXIS FINDER.
- Duque, P. D., Duque, D. S., & Jarrín, D. V. (2019). Factores de éxito en la gestión de ventas aplicados a establecimientos gastronómicos. *mktDESCUBRE Comercialización*,

Investigación y Negocios, 1(14), 5–14.
<http://portal.amelica.org/ameli/journal/438/4382760002/movil/>

Gómez, D., Silva, M. de los A., & Parga, N. (2018). El Perfil de los Empresarios y la Creación de Empresas en el Municipio de Villa Hidalgo, Jal. *CONCIENCIA TECNOLÓGICA*.

Lingán, Yolanda. (2018). “FACTORES QUE INFLUYEN EN EL ÉXITO SOSTENIBLE DE LAS MYPES DE SERVICIOS EN EL MERCADO LIMEÑO” [UNIVERSIDAD ESAN].
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1487/2018_ADYDE_18-2_09_TI.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=OE1%3A%20Determinar%20que%20el%20nivel,servicios%20en%20el%20mercado%20lime%C3%B1o.

López, L. (2004). *POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO*.
<http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>

Medeiros, V., Goncalves, L., & Camargo, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *REVISTA DE LA CEPAL*.
https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf

Mousalli, G. (2015). *Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2633.9446>

Murillo, A. (n.d.). *¿Qué son los Factores Críticos del Éxito y como se vinculan con el BSC?* Deinsa. Retrieved December 4, 2022, from file:///C:/Users/Polo/Downloads/Los_factores_criticos_del_exito.pdf

Naranjo Martínez & Subía. (2022, January 2). *EL SRI ESTABLECIÓ LAS NORMAS PARA LA APLICACIÓN DEL RÉGIMEN SIMPLIFICADO PARA EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS POPULARES*.
<https://nmslaw.com.ec/normas-aplicacion-rimpe/#:~:text=Mediante%20Resoluci%C3%B3n%20No.,1%20de%20enero%20de%202022.>

Rus, E. (2021, February 5). *Investigación cuantitativa*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-cuantitativa.html#referencia>

Taxis, M., Ramírez, M., & Aguilar, J. (2016). Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia. *Contaduría y Administración*, 61(3), 551–567.
<https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.04.001>

Uriarte, J. (2020, May 12). *Población*. Características.
<https://www.caracteristicas.co/poblacion/>



7.ANEXOS

Reporte de turnitin

FACTORES DE ÉXITO DE LOS EMPRENDIMIENTOS: CASO TIENDAS DE ABARROTES, DE LA PARROQUIA ESMERALDAS, ECUADOR EN EL AÑO 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTE QUE CONTIENE COINCIDENCIAS

1

1library.co

Fuente de Internet

2%

2%

★ 1library.co

Fuente de Internet

Tomado del instrumento elaborado por (PAUCCAR, 2015)

CUESTIONARIO

Reciba un cordial saludo, el actual trabajo es un instrumento que permitirá obtener información sobre los factores de éxito de las tiendas de abarrotes de la parroquia Esmeraldas. Este cuestionario forma parte de una tesis de investigación por parte de Kerly Génesis Colcha estudiante de administración de empresas de la PUCESE.

1.Características del emprendedor

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1. Estado civil: Casado.... Soltero.... Viudo....
Unión libre.... Separado....</p> <p>2. Indique en que rango de edad se encuentra:

De 15 a 24años.... De 25 a 34.... De 35 a 44....
De 45a 55 De 55 a más....</p> <p>3. Género: Femenino.... Masculino....</p> <p>4. ¿Cuál es su nivel educativo alcanzado?

Primaria.... Secundaria..... Superior.....
Posgrado.... Otros... ¿Cuál?.....</p> <p>5. ¿cómo formó usted su negocio?

Lo inicia usted mismo.... Lo heredó....
Lo compró Lo rentó.... Otros....</p> <p>6. ¿Cuántas horas al día dedica usted a su negocio?

De 1 a 4 horas..... De 5 a 8 horas....
De 9 a 12horas.... De 13horas a más.....</p> | <p>7. ¿El propietario del negocio reside en el mismo lugar donde funciona el negocio?
Sí.... No.....</p> <p>8. ¿Qué le motivo para iniciar este negocio?

Independizarse... Aumentar ingresos....
Desempleo..... Gusto por el comercio.....
Superarse..... otros</p> <p>9. ¿Cuáles son las expectativas que tiene sobre el negocio?

Ampliarlo.... Expandirlo....
Mantenerlo..... Ser líder en el mercado.....
otros....</p> <p>10. ¿Cuál fue la fuente de financiamiento de este negocio?

Ahorros propios.... Ahorros familiares....
Préstamos o Bancos Prestamos de
Familiares o Amigos.... Otros...</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

D.2-Fatores de Éxito

11. Señale el nivel de importancia que tienen los siguientes factores, para el éxito de su microempresa: siendo Nada importante (1) y Muy importante (5)

FACTORES	PONDERACIÓN				
Oferta de productos					
El éxito de mercado					
Comunicación efectiva					
Relaciones con los clientes					
Moral de la empresa					
Eficiencia de las operaciones					
La estabilidad financiera					
Gestión estratégica					
La edad de la empresa					
El tamaño de la empresa					
La motivación del propietario					
La gestión del conocimiento					
La competencia					
Los proveedores					

3. Factores de competitividad

Se presenta una lista de características que podrían cooperar a la competitividad del sector comercial, por lo cual para cada uno de ellos señale el nivel de importancia que tienen los siguientes factores, para el éxito de su microempresa: siendo Nada importante (1) y Muy importante (5)

12. Condiciones de los factores

13. Estrategia, Estructura y Rivalidad de las Empresas

FACTORES	PONDERACIÓN				
Cantidad de mano de obra					
Disponibilidad de la mano de obra					
Experiencia de la mano de obra					
Costo de la mano de obra					
Facilidad para acceder a financiamiento					
Costo de servicios públicos					
Costo de alquiler					

Condiciónes de la demanda					
FACTORES	PONDERACIÓN				
Exigencia de los clientes					
Sofisticación de los clientes					
Nivel de educación del cliente					
Nivel de información y experiencia de los clientes					

Sectores afines y de apoyo					
FACTORES	PONDERACIÓN				
Cantidad de proveedores					
Calidad de proveedores					
Oportunidad de proveedores					

Gobierno					
FACTORES	PONDERACIÓN				
Eficacia del gobierno para apoyar la competitividad de las microempresas					
El conjunto de servicios prestados por el gobierno					

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

