UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICUALR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

MICROEMPRENDIMIENTOS Y SU COMPETITIVIDAD EN EL CASCO URBANO DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, 2026.

AUTORA:

CARMEN EDELINA GAVILANEZ ULLOA

DIRECTORA

Econ. Carmita Borja Borja

PAR ACADEMICO

Ing. Iván Yacchirema Taraguay

Ing. Gina Alarcón Quinatoa

GUARANDA-ECUADOR

2026

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"MICROEMPRENDIMIENTOS Y SU COMPETITIVIDAD EN EL CASCO URBANO DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, 2026"

AGRADECIMIENTO

Al finalizar esta etapa importante de mi vida académica, quiero dar mi más sincero agradecimiento a Dios por bendecirme con salud, fortaleza y sabiduría para superar cada desafío y alcanzar esta meta tan significativa.

Mi agradecimiento más profundo es para mi hija, Dana Gavilanez. Su amor, alegría y ternura se convirtieron en mi principal motivación. Cada esfuerzo realizado en este proceso tuvo como objetivo construir un mejor futuro para ambas. Gracias por ser mi inspiración y la fuerza que impulsó cada uno de mis pasos.

A mis padres, Néstor Gavilanez y Bella Ulloa, les agradezco de todo corazón por su apoyo incondicional, por sus palabras de aliento, su paciencia y por creer siempre en mis capacidades. Gracias por estar con nosotros en cada etapa de mi vida. Me enseñaron que la perseverancia, el trabajo y la fe son el camino para alcanzar los sueños.

También expreso mi gratitud a mi tutora de tesis Econ. Carmita Galuth Borja Borja a mis pares académicos Ing. Iván Yacchirema e Ing. Gina Alarcón por que compartieron sus conocimientos, orientación y experiencia. Contribuyeron significativamente a mi formación profesional y al desarrollo de esta investigación. Finalmente, agradezco a todas las personas que, de una u otra manera, me brindaron su apoyo y compañía durante este proceso.

La culminación de esta tesis no solo representa un logro académico; también es el resultado del esfuerzo compartido, la dedicación y el amor de quienes caminaron a mi lado.

Carmen Gavilánez

DEDICATORIA

Con inmensa gratitud y profundo amor, dedico este trabajo de investigación a Dios, por ser mi guía en cada paso de mi vida, por darme la fortaleza para enfrentar los desafíos, la sabiduría para tomar las mejores decisiones y la esperanza para nunca renunciar a mis sueños. Sin su bendición, este logro no habría sido posible.

Hija querida, esta tesis representa muchas horas de dedicación, sacrificio y perseverancia, pero, sobre todo, representa el inmenso amor que siento por ti. Deseo que algún día este logro te inspire a creer en ti misma, a luchar por tus sueños y a comprender que, con esfuerzo, disciplina y fe, no existen metas imposibles. Todo lo que hago es con la esperanza de ofrecerte un mejor ejemplo y un futuro lleno de oportunidades. Este triunfo es tan mío como tuyo.

A mis queridos padres, Néstor Gavilanez y Bella Ulloa, les dedico este logro con el corazón lleno de gratitud. Gracias por su amor incondicional, por cada sacrificio realizado para verme salir adelante, por sus consejos oportunos, por sus palabras de aliento y por enseñarme, con su ejemplo, el verdadero significado del trabajo, la honestidad, la responsabilidad y la perseverancia. Ustedes han sido el pilar fundamental de mi vida y quienes nunca dejaron de creer en mí, incluso cuando el camino parecía difícil.

Finalmente, dedico esta tesis a todas las personas que estuvieron presentes durante este proceso, brindándome una palabra de aliento, una muestra de apoyo o un gesto de confianza. Cada uno dejó una huella importante en este camino.

Carmen Gavilánez

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR | FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Emprendimiento e Innovación Social En Línea

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Econ. Carmita Galudth Borja Borja, Ing. Iván Marcelo Yacchirema Taraguay e Ing. Gina Jaqueline Alarcón Quinatoa, en su orden directora y Pares Académico del Trabajo de Titulación "MICROEMPRENDIMIENTOS Y SU COMPETITIVIDAD EN EL CASCO URBANO DEL CANTÓN GUARANDA PROVINCIA BOLÍVAR 2026." desarrollado por la señorita Carmen Edelina Gavilanez Ulloa.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Emprendimiento e Innovación Social**.

Guaranda, Julio 2026

Validar documento en Firmadi. Firmado electrónicamente por: CARMITA GALUDTH BORJA BORJA

Econ. Carmita Galudth Borja Borja
Directora

Validar documento en Firmadi. Firmado electrónicamente por: IVAN MARCELO YACCHIREMA TARAGUAY

Ing. Iván Yacchirema
Par Académico

Validar documento en Firmadi. Firmado electrónicamente por: GINA JAQUELINE ALARCÓN QUINATOA

Ing. Gina Alarcón Quinatoa
Par Académico

DERECHOS DE AUTOR

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo **Carmen Edelina Gavilanez Ulloa** portadora de la Cédula de Identidad No **1805233911** en calidad de autora: de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **Microemprendimientos y su competitividad en el casco urbano del cantón Guaranda provincia Bolívar 2026**. modalidad proyecto de investigación de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

La autora declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Nombres y Apellidos:

Carmen Edelina Gavilanez Ulloa



TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO II

DEDICATORIA III

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO IV

DERECHOS DE AUTOR V

TABLA DE CONTENIDO VI

ÍNDICE DE TABLAS IX

ÍNDICE DE FIGURAS X

INTRODUCCIÓN 1

RESUMEN 4

ABSTRACT 5

1 CAPÍTULO I. 6

1.1 Descripción del Problema 6
1.2 Formulación del problema 8
1.3 Preguntas de Investigación 8
1.4 Justificación 9
1.5 Objetivos 11
1.5.1 Objetivo general 11
1.5.2 Objetivos específicos 11
1.6 Idea a defender 11
1.7 Variables 11

CAPITULO II 12

MARCO TEÓRICO 12

2.1 Antecedentes 12
2.2 Marco Científico 23
2.2.1 Teorías de los microemprendimientos 23
2.2.2 Tipos de microemprendimientos 25
2.2.3 Características de los microemprendimientos 27
2.2.4 Etapas de los microemprendimientos 28
2.2.5 Ventajas, desventajas 29

2.2.6 La competitividad 30
2.3 Marco Conceptual 34
2.3.1 Competitividad 34
2.3.2 Innovación 34
2.3.3 Microemprendimiento 35
2.3.4 Competitividad 35
2.3.5 Innovación 35
2.3.6 Sostenibilidad 35
2.3.7 Resiliencia empresarial 35
2.3.8 Posicionamiento en el mercado 36
2.3.9 Gestión administrativa 36
2.4 Marco Legal 36
2.4.1 Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020) 37
2.4.2 El Código Orgánico Monetario y Financiero (2025) 38
2.5 Marco Georreferencial 40
CAPÍTULO III. 42
3.1 Tipo de Investigación 42
3.1.1 Investigación descriptiva 42
3.1.2 Investigación bibliográfica 43
3.1.3 Investigación documental 43
3.1.4 Investigación exploratoria 43
3.1.5 Investigación de campo 44
3.1.6 Investigación aplicada 44
3.2 Enfoque de la investigación 44
3.3 Métodos de Investigación 45
3.3.1 Método inductivo 46
3.3.2 Método deductivo 46
3.3.3 Método mixto 46
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos 47
3.4.1 Técnica 47
3.4.2 Instrumento 47
3.4.3 Validación del Instrumento 48
3.4.4 Confiabilidad del Instrumento 48
3.5 Universo, Población y Muestra 48
3.5.1 Universo 48

3.5.2 Población 49
3.5.3 Muestra 49
3.5.4 Tabulación 51
3.5.5 Presentación de resultados 52
4 CAPITULO IV 53
4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados 53
5 CAPÍTULO V 102
5.1 Título de la propuesta 102
5.2 Diagnóstico situacional de la propuesta 102
5.3 Justificación de la propuesta 104
5.4 Beneficiarios de la propuesta 105
5.5 Estructura de la propuesta 106
5.6 Desarrollo de la propuesta 107
5.6.1 Eje 1. Gestión administrativa y financiera 107
5.6.2 Eje 2. Digitalización básica y marketing digital 110
5.6.3 Eje 3. Innovación y diferenciación comercial 113
5.6.4 Eje 4. Formalización progresiva y educación financiera 116
5.6.5 Eje 5. Asociatividad y redes de apoyo 119
5.7 Cronograma de ejecución 122
5.8 Presupuesto referencial consolidado 126
6 ANEXOS 133
Anexo 1: Formato de encuestas 133

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ventajas estructurales de los microemprendimientos 29
Tabla 2. Desventajas estructurales de los microemprendimientos 30
Tabla 3. Dimensiones de la competitividad aplicables a microemprendimientos 31
Tabla 4. Nombre de la Parroquia 53
Tabla 5 Tipo de productos 55
Tabla 6 57
Tabla 7 60
Tabla 8 62
Tabla 9. Tipo de trabajadores 64
Tabla 10. Afiliados al IESS 66
Tabla 11. Obligaciones patronales 67
Tabla 12. Contabilidad 69
Tabla 13. Obligaciones tributarias 70
Tabla 14. Permisos legales 72
Tabla 15. Documento legal 74
Tabla 16. Crédito 76
Tabla 17. Competitividad 78
Tabla 18. Financiamiento 80
Tabla 19. Institución financiera 82
Tabla 20. Tecnología 84
Tabla 21. Plataformas 86
Tabla 22. Clientes habituales 88
Tabla 23. Promedio de venta 90
Tabla 24 Apoyo de organizaciones 92
Tabla 25. Asociación o red de emprendedores 94
Tabla 26. Innovación 96
Tabla 27. Control o registro 98
Tabla 28. Sistemas informáticos 100
Tabla 29. Matriz de diagnóstico para la formulación de la propuesta 103
Tabla 30. Actividades del eje 1: Gestión administrativa y financiera 108
Tabla 31. *Actividades del eje 2: Digitalización básica y marketing digital* 111
Tabla 32. Actividades del eje 3: Innovación y diferenciación comercial 114
Tabla 33. Actividades del eje 4: Formalización progresiva y educación financiera 117
Tabla 34. Actividades del eje 5: Asociatividad y redes de apoyo 120
Tabla 35. Cronograma de actividades de la propuesta 123
Tabla 36. Presupuesto estimado de la propuesta 126

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Nombre de la Parroquia 53
Figura 2 Tipo de productos 55
Figura 3 Servicios 58
Figura 4 Área 60
Figura 5 Empleados 62
Figura 6. Tipo de trabajadores.....64
Figura 7. Afiliados al IESS 66
Figura 8. Obligaciones patronales 67
Figura 9. Obligaciones patronales 69
Figura 10. Obligaciones tributarias 70
Figura 11. Permisos legales.....72
Figura 12. Documento legal 74
Figura 13. Crédito 76
Figura 14. Competitividad 78
Figura 15. Financiamiento 80
Figura 16. Institución financiera 82
Figura 17. Institución financiera 84
Figura 18. Plataformas 86
Figura 19. Clientes habituales 88
Figura 20. Promedio de venta 91
Figura 21. Apoyo de organizaciones 92
Figura 22. Asociación o red de emprendedores.....94
Figura 23. Innovación 96
Figura 24. Control o registro 98
Figura 25. Sistemas informáticos 100
Figura 26. Principales debilidades de los microemprendimientos 104
Figura 27. Pilares estratégicos de la propuesta 106
Figura 28. Modelo de plantilla 109
Figura 29. Ejemplo de innovación en la presentación 115
Figura 30. Ruta básica de formalización del microemprendimiento.....118
Figura 31. Participación en ferias y capacitación de emprendedores 122

INTRODUCCIÓN

Los microemprendimientos constituyen una expresión significativa de la actividad económica local, debido a que permiten generar ingresos familiares, dinamizar el comercio cotidiano y sostener fuentes de empleo en territorios donde predominan negocios de pequeña escala. Chara y Moncayo (2022) reconocen a estas unidades productivas como formas económicas reducidas que participan en la oferta de bienes y servicios, mientras que el Global Entrepreneurship Monitor (2024) identifica que los emprendimientos enfrentan barreras asociadas con financiamiento, tecnología y capacidades de gestión, situación que limita su consolidación en mercados cada vez más exigentes.

En Ecuador, los microemprendimientos ocupan un lugar de interés dentro del tejido productivo, por cuanto responden a necesidades de autoempleo, subsistencia familiar y generación de ingresos en sectores comerciales, productivos y de servicios. El INEC (2024) registra limitaciones en el uso de internet para actividades comerciales dentro de las pequeñas unidades económicas, mientras que el Banco Central del Ecuador (2024) reconoce dificultades en el acceso a crédito formal, factores que reducen la capacidad de inversión, modernización y crecimiento de muchos negocios.

La competitividad de los microemprendimientos no puede comprenderse solo desde el volumen de ventas o la cantidad de clientes atendidos, debido a que también depende de la organización interna, el control financiero, la formalización, la innovación, la presencia digital y la relación con el mercado. Ortiz et al. (2024) vinculan la planificación tributaria y financiera con una mejor administración de los recursos en las microempresas; bajo esa misma línea, la gestión ordenada de ingresos, gastos, costos e inventarios permite tomar decisiones más precisas sobre precios, compras, inversiones y uso del capital disponible.

El uso de herramientas digitales se ha convertido en una condición necesaria para mejorar la visibilidad comercial de los negocios de menor escala, especialmente cuando los consumidores utilizan redes sociales, mensajería instantánea y buscadores digitales para ubicar productos, comparar precios o realizar pedidos. Goyes y Bonilla (2024) analizan el marketing digital como un desafío para el emprendimiento en Guaranda, mientras que Cedeño et al. (2023) evidencian que las estrategias de comercialización apoyadas en redes sociales, publicidad en línea y atención personalizada pueden fortalecer la posición de los pequeños emprendimientos frente a negocios similares.

La innovación también incide en la capacidad competitiva de los microemprendimientos, aunque no siempre implica grandes inversiones, maquinaria especializada o procesos complejos. Cedeño et al. (2023) relacionan las estrategias innovadoras con mejoras en productos, servicios, precios, atención al cliente y canales de venta; por esa razón, en negocios pequeños la innovación puede expresarse mediante cambios accesibles, como nuevos productos, promociones locales, empaques más atractivos, mejor exhibición, atención diferenciada o uso de medios digitales para atender pedidos.

En el cantón Guaranda, los microemprendimientos forman parte activa de la economía urbana, principalmente en actividades vinculadas con comercio minorista, servicios, turismo, elaboración de alimentos, producción artesanal y atención directa al consumidor. Arellano y Torres (2024) identifican que la permanencia de los emprendimientos en este cantón se relaciona con factores internos y externos, entre ellos la capacidad de adaptación, la planificación, la capacitación y el apoyo institucional, elementos que influyen en la continuidad de los negocios frente a cambios económicos y comerciales.

La realidad de los microemprendimientos del casco urbano de Guaranda exige un análisis específico, debido a que las condiciones del territorio, el tipo de actividad económica, el nivel de formalización y el acceso a recursos pueden diferir de otros cantones del país. A partir de esta situación, resulta necesario estudiar cómo se encuentran estos negocios en aspectos como estructura laboral, permisos de funcionamiento, uso de tecnología, acceso a financiamiento, innovación, control administrativo, presencia en plataformas digitales y participación en redes de apoyo.

La presente investigación analiza el nivel de competitividad de los microemprendimientos en el casco urbano del cantón Guaranda, provincia Bolívar, durante el año 2026. Para ello, se examinan sus características estructurales, su nivel de formalización, el acceso a financiamiento, el uso de tecnología, la presencia en el mercado, la capacidad de innovación y la gestión administrativa, con el propósito de identificar las principales fortalezas y limitaciones que inciden en su desempeño.

El estudio se desarrolla mediante una revisión teórica y normativa sobre microemprendimientos, competitividad, innovación, gestión administrativa, formalización y sostenibilidad, junto con un diagnóstico aplicado a los negocios ubicados en el área urbana del cantón. A partir de los resultados obtenidos, se plantea una propuesta orientada al fortalecimiento de la gestión financiera, la digitalización básica, la diferenciación comercial, la formalización progresiva y la asociatividad, mediante acciones viables, progresivas y ajustadas a las condiciones económicas de los microemprendedores locales.

RESUMEN

La presente investigación analizó el nivel de competitividad de los microemprendimientos del casco urbano del cantón Guaranda, provincia Bolívar, durante el año 2026, considerando sus características estructurales, nivel de formalización, acceso a financiamiento, uso de tecnología, innovación, gestión administrativa en conjunto con la participación en redes de apoyo. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con apoyo descriptivo, bibliográfico, documental y de campo, mediante la aplicación de una encuesta estructurada a 275 microemprendedores, seleccionados a partir de una población de 969 unidades económicas identificadas en el territorio urbano. Los resultados evidenciaron una concentración significativa de negocios en la parroquia Guanujo, con predominio del comercio minorista, servicios, turismo sumado a actividades vinculadas con alimentos, a su vez. se identificaron debilidades que afectan su desempeño competitivo, entre ellas el 61,8 % no lleva contabilidad, el 87,3 % no utiliza sistemas informáticos, el 55,6 % no tiene presencia activa en plataformas digitales, el 60 % no cuenta con créditos para su funcionamiento mientras que el 50,9 % no ha realizado mejoras o innovaciones durante los últimos 12 meses. A pesar de ello, una parte de los encuestados percibe su competitividad como media o alta, principalmente por la cercanía con los clientes, la permanencia en el mercado, así como la oferta de productos de consumo cotidiano, por lo tanto, en función de estos resultados, se propuso un plan estructurado en cinco ejes como gestión administrativa y financiera, digitalización básica, innovación comercial, formalización progresiva y asociatividad, orientado al fortalecimiento gradual de los microemprendimientos locales.

Palabras Clave: Microemprendimientos, Competitividad, Guaranda, Digitalización, Formalización.

ABSTRACT

This research analyzed the competitiveness level of micro-enterprises in the urban area of the Guaranda canton, Bolívar province, during 2026, considering factors such as structural characteristics, formalization status, access to financing, technology use, innovation, administrative management, and participation in support networks. The study employed a quantitative approach—incorporating descriptive, bibliographic, documentary, and field research methods—by administering a structured survey to 275 micro-entrepreneurs selected from a population of 969 economic units identified within the urban territory. The results revealed a significant concentration of businesses in the Guanujo parish, predominantly in retail, services, tourism, and food-related sectors. Weaknesses affecting competitive performance were also identified: 61.8% do not maintain accounting records, 87.3% do not use computer systems, 55.6% lack an active presence on digital platforms, 60% do not have access to operational credit, and 50.9% have not implemented improvements or innovations in the last 12 months. Despite this, a portion of the respondents perceived their competitiveness as medium or high, citing factors such as customer proximity, market longevity, and the offering of everyday consumer products. Consequently, based on these findings, a plan structured around five pillars—administrative and financial management, basic digitalization, commercial innovation, progressive formalization, and business association—was proposed to gradually strengthen local micro-enterprises.

Keywords: Microenterprises, Competitiveness, Guaranda, Digitalization, Formalization.

CAPÍTULO I.

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del Problema

A nivel mundial, los microemprendimientos constituyen un pilar fundamental para el desarrollo económico, generando empleo y dinamizando los mercados locales, sin embargo, según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2024), el 43% de los emprendedores en países en desarrollo enfrenta barreras significativas en el acceso a tecnología, lo que provoca baja innovación y dificultades para competir en entornos digitalizados. Asimismo, el 57% reporta dificultades de acceso a financiamiento bancario (GEM, 2024), lo que limita su capacidad de inversión y expansión, generando estancamiento y alta vulnerabilidad ante crisis económicas. Por otro lado, la falta de saberes estratégicos como planificación empresarial y análisis de mercado afecta al 71% de estos negocios (GEM, 2024), traduciéndose en una baja productividad y en el cierre prematuro del 30% de los emprendimientos antes de los dos años.

En Ecuador, esta problemática se agrava, ya que de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2024), el 67.5% de las microempresas ecuatorianas no utiliza internet para actividades comerciales, lo que deriva en procesos ineficientes, pérdida de oportunidades de venta online y bajo reconocimiento de marca, además, el 71.2% no tiene acceso a crédito formal (Banco Central del Ecuador, 2024). Lo que impide la adquisición de insumos, maquinaria o tecnología, frenando su crecimiento sostenido, así también, la carencia de estrategias competitivas como diferenciación de producto o análisis de la competencia afecta indirectamente al 54% de los microemprendedores que tienen solo educación básica (INEC, 2024), generando una baja participación en cadenas de valor y limitando su posicionamiento en el mercado nacional.

En la provincia de Bolívar, la situación es aún más crítica. Según el Censo Nacional Económico (INEC, 2023), el 78% de los establecimientos son microempresas con menos de 5 empleados. De ellas, el 82% no usa ningún software de gestión administrativa (INEC, 2023). Lo que ocasiona desorganización operativa, falta de control de inventarios y dificultades para cumplir obligaciones tributarias Cámara de Comercio de Bolívar, 2024), reduciendo su alcance comercial y e impidiendo acceder a nuevos segmentos de clientes.

En el cantón Guaranda, específicamente en su centro urbano, el Plan de Desarrollo del GAD Municipal de Guaranda (2024) muestra que el 76% de los microemprendimientos no tiene perfil en redes sociales, el 81% desconoce el uso de herramientas de publicidad digital (Facebook Ads, TikTok) y solo el 12% utiliza facturación electrónica. Por lo que, esta realidad provoca una disminución notable en su visibilidad frente a clientes potenciales, puesto que dificulta su acceso a nuevos mercados fuera del cantón y limita su desarrollo comercial sostenible, con una tasa de mortalidad anual del 28% (GAD Guaranda, 2024).

Frente a esta situación, se hace necesario analizar la realidad de los microemprendimientos en el centro urbano del cantón Guaranda, con el fin de comprender las causas y efectos de sus principales dificultades como el acceso a tecnología, financiamiento, saberes estratégicos, y proponer estrategias viables que les permitan mejorar su competitividad y fortalecer su crecimiento en un entorno cada vez más digital, considerando las condiciones actuales y los desafíos proyectados para el año 2026.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de competitividad de los microemprendimientos en el casco urbano del cantón Guaranda, provincia de Bolívar, durante el año 2026?

1.3 Preguntas de Investigación

1. ¿Cuál es el diagnóstico actual de los microemprendimientos en el casco urbano del cantón Guaranda en términos de características, tamaño, sector económico, nivel de formalización, uso de tecnologías digitales, y sus principales ventajas y desventajas competitivas?
2. ¿Qué barreras (acceso a tecnología, financiamiento, saberes estratégicos) limitan el posicionamiento y la competitividad de estos microemprendimientos en el mercado local?
3. ¿Qué estrategias de gestión administrativa son viables para mejorar la competitividad, la captación de clientes y la sostenibilidad de los microemprendimientos en el centro urbano del cantón Guaranda hacia el año 2026?

1.4 Justificación

La presente investigación responde a la necesidad de comprender la realidad actual de los microemprendimientos en el casco urbano del cantón Guaranda, los cuales, a pesar de ser una fuente principal de ingresos para muchas familias, presentan limitaciones en competitividad, uso de tecnologías digitales y acceso a estrategias para emprender, lo que pone en riesgo su sostenibilidad a largo plazo.

Por ello, es importante este estudio porque permitirá diagnosticar el nivel de competitividad, identificar barreras estructurales y proponer estrategias de emprendimiento y gestión administrativa adaptadas al entorno local, contribuyendo a que estos negocios puedan mejorar su posicionamiento en el mercado y adaptarse a los desafíos del año 2026.

La factibilidad de la investigación es alta, ya que se cuenta con acceso directo al centro urbano de Guaranda, conocimiento del territorio, disponibilidad de información estadística de fuentes como INEC, GEM y el GAD Municipal, así como con los recursos técnicos y bibliográficos necesarios para su desarrollo dentro del tiempo previsto.

Finalmente, los principales beneficiarios serán los microemprendedores del cantón, quienes podrán aplicar las estrategias propuestas para aumentar su competitividad y captación de clientes; además, las autoridades locales y entidades de apoyo al emprendimiento dispondrán de un diagnóstico actualizado para diseñar políticas de fomento productivo.

De acuerdo con la Guía de Procesos de la Unidad de Integración Curricular de la Carrera de Emprendimiento e Innovación Social, esta investigación se inscribe en el dominio Economía, Empresas, Productividad, en la línea Desarrollo Económico Empresarial, y específicamente en las sub líneas Desarrollo de Emprendimientos y Economía Popular y Solidaria, dado que analiza las condiciones de competitividad de los microemprendimientos como actores clave del tejido productivo local y de la economía popular.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Analizar el nivel de competitividad de los microemprendimientos en el casco urbano del cantón Guaranda, provincia de Bolívar, durante el año 2026.

1.5.2 Objetivos específicos

1. Sustentar teóricamente los conceptos relacionados a la competitividad y sostenibilidad de los microemprendimientos
2. Diagnosticar la situación actual de los microemprendimientos del casco urbano del cantón Guaranda.
3. Proponer estrategias para el fortalecimiento de la competitividad y sostenibilidad de los microemprendimientos en el cantón Guaranda.

1.6 Idea a defender

Los microemprendimientos del casco urbano de Guaranda pueden ser competitivos sin grandes inversiones de capital, siempre que desarrollen capacidad de adaptación y atiendan a un público reducido y bien definido.

1.7 Variables

Variable independiente:
Microemprendimientos

Variable dependiente:
Competitividad

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Se han realizado diversas investigaciones de los microemprendimientos, donde se han analizado los factores internos, externos que inciden en el desempeño de los mismos, de ahí que, se mencionan algunos para fortalecer la presente investigación.

Como menciona Vera et al. (2025), en su artículo científico titulada “Emprendimiento, innovación y desafíos tecnológicos en las PYMES ecuatorianas: análisis de su resiliencia ante crisis múltiples (2020–2024)”, publicada en la revista Scientific Journal MLAJ.

Este estudio analiza el estado actual de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Ecuador con base en el informe GEM 2024/2025.

La metodología utilizada por tuvo un enfoque estadístico descriptivo basado en el informe GEM 2024/2025, donde se identificaron cinco dimensiones clave: concentración sectorial, generación de empleo, internacionalización, percepción sobre inteligencia artificial e innovación.

Las conclusiones derivadas del informe GEM 2024/2025 nos permiten afirmar que, si bien Ecuador muestra un dinamismo significativo en lo que respecta a la actividad empresarial, dicho crecimiento se ve limitado por deficiencias estructurales asociadas con la diversificación productiva, la internacionalización, la innovación y la integración tecnológica. Estas deficiencias no solo impiden el avance sostenible del emprendimiento, sino que también ponen en peligro la resiliencia empresarial del ecosistema empresarial nacional frente a las crisis externas, incluidas las crisis económicas, las interrupciones tecnológicas o las emergencias de salud.

En este contexto, es imperativo diseñar e implementar políticas públicas más específicas y sólidas, destinadas a:

- Una reorientación productiva hacia sectores con mayor valor agregado, fortaleciendo así la capacidad de adaptación de las empresas.

- Iniciativas de formación técnica y digital que fomentan la adopción de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, mejorando así la resiliencia operativa y estratégica.

- El establecimiento de redes de innovación abiertas que integren el mundo académico, la industria y el gobierno, facilitando así las respuestas colaborativas a los escenarios de incertidumbre.

- La formulación de incentivos que fomenten la escalabilidad empresarial, la proyección internacional y la sostenibilidad a largo plazo. En definitiva, si bien la nación muestra indicios de vitalidad empresarial, es vital transformar su ecosistema empresarial para fortalecer a las pequeñas y medianas empresas resilientes, capaces no solo de soportar las crisis, sino también de adaptarse y prosperar como resultado. Solo a través de esa transformación pueden emerger como motores genuinos del desarrollo económico, el empleo de calidad y la innovación sostenible en un entorno global volátil y dinámico

El aporte del presente documento es profundizar en la dimensión de percepción sobre inteligencia artificial que Vera et al. (2025) solo mencionan de manera superficial, realizando un análisis cualitativo mediante entrevistas a dueños de PYMES ecuatorianas de sectores tradicionales para identificar por qué, a pesar de existir herramientas tecnológicas accesibles, menos del 3% opta por innovar, revelando que el principal obstáculo no es económico sino cognitivo.

El artículo científico de Ortiz et al., (2024), denominado “Optimización de recursos empresariales a través de la planificación tributaria: estrategias financieras para el éxito sostenible de microempresas en Ecuador”, publicado en la revista European Public & Social Innovation Review.

El objetivo propuesto es analizar la importancia de la optimización de recursos empresariales mediante la planificación tributaria en Ecuador, con el propósito de desarrollar estrategias financieras que conduzcan al éxito sostenible de las microempresas.

La metodología utilizada fue cualitativa de tipo descriptivo y exploratorio, utilizando el método deductivo. Se analizan 25 casos de microempresas ecuatorianas, seleccionadas de diversas regiones del país. La investigación se lleva a cabo a través de entrevistas estructuradas con preguntas cerradas dirigidas a los directivos de estas organizaciones. La recolección de datos se realiza de manera deductiva, para identificar patrones y tendencias en las respuestas de los entrevistados.

Las conclusiones de Ortiz et al., (2024) son las siguientes:

El análisis desarrollado a través de este estudio enfatiza la relevancia que tienen de las estrategias de planificación tributaria para la optimización de los recursos dentro de las microempresas. Estas estrategias no solo cumplen con las obligaciones fiscales vigentes, sino que también pueden actuar como impulsores clave del crecimiento y la eficiencia operativa de las empresas.

Se destaca que las estrategias de planificación tributaria les permiten a las microempresas identificar y aprovechar oportunidades legales para reducir su carga fiscal de manera efectiva. Esta ventaja estratégica no solo les ayuda a mantenerse en conformidad con las normativas fiscales, sino que también libera recursos financieros que pueden reinvertirse en actividades de expansión, innovación o mejora de la infraestructura operativa.

De igual manera, revela que la gestión efectiva de la planificación tributaria muestra una mayor autonomía y capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno normativo y económico. Esta capacidad de respuesta ágil no solo mejora la resiliencia frente a los desafíos externos, como cambios legislativos o fluctuaciones económicas, sino que también les permite mantener un control estratégico sobre sus recursos financieros.

En términos de eficiencia operativa, se pudo comprobar que las estrategias tributarias bien diseñadas pueden optimizar el flujo de caja y mejorar la rentabilidad de las microempresas. Al minimizar la carga fiscal de manera legal y eficiente, estas empresas pueden mejorar su liquidez y capacidad para enfrentar gastos operativos inesperados, así como aprovechar oportunidades de crecimiento sin comprometer su estabilidad financiera.

Por lo tanto, para la práctica empresarial, se recomienda enfocarse en la integración de tecnología avanzada y en la capacitación continua del personal financiero. El uso de software especializado en tributación y el desarrollo de habilidades internas pueden mejorar significativamente la eficiencia operativa y la precisión en el cumplimiento tributario.

En términos de políticas, se sugiere promover incentivos que fomenten la adopción de mejores prácticas de planificación tributaria y la colaboración entre el sector privado y las autoridades fiscales, esto podría facilitar un entorno más favorable para la innovación y la inversión empresarial. Finalmente, se hace relevante seguir explorando el campo de la planificación tributaria, ya que ante los cambios normativos y económicos continuos que se presentan paralas microempresas, se requieren estrategias efectivas para mantener la relevancia y efectividad de estas prácticas en el largo plazo.

Si bien el estudio de Ortiz et al. (2024) se centra en la planificación tributaria como herramienta de optimización financiera, en el contexto de los microemprendimientos del casco urbano de Guaranda, esta estrategia resulta insuficiente si no va acompañada de un proceso paralelo de alfabetización digital y formalización comercial. Así también, la mayoría de los microemprendedores locales desconoce beneficios como el RIMPE y no cuenta con software de gestión tributaria, lo que limita la aplicabilidad práctica de las recomendaciones de los autores. Por ello, se propone que cualquier estrategia de competitividad incluya primero capacitación básica en obligaciones fiscales y uso de herramientas digitales gratuitas, como facturación electrónica y hojas de cálculo, para que la planificación tributaria sea realmente viable y sostenible en este territorio.

Como mencionan Cadena y Mora (2025), en su proyecto de investigación titulado "Determinantes en el acceso al financiamiento en las microempresas del Ecuador, en la provincia de Pichincha, Cantón Mejía año 2025".

Tiene como objetivo general analizar la eficiencia económica en las microempresas textiles del CIIU C1392.01 radicadas en la provincia de Pichincha mediante indicadores de rentabilidad y de actividad del periodo 2021-2023.

Así mismo, como objetivos específicos se establecieron los siguientes:

1. Determinar el nivel de rentabilidad alcanzado por las microempresas textiles del CIIU C1392.01 en la provincia de Pichincha durante el periodo 2021-2023 utilizando el margen de utilidad neta y el retorno sobre activos (ROA).

2. Evaluar el comportamiento de la rotación de inventarios y la rotación de cuentas por cobrar en las microempresas durante el periodo 2021-2023.

3. Identificar los factores internos y externos han influido en la eficiencia económica de las microempresas textiles del CIIU C1392.01 en los años 2021-2023.

La metodología utilizada se basó en un enfoque mixto, recopilando datos financieros desde la Superintendencia de Compañías y aplicando encuestas a representante empresariales para integrar perspectivas cuantitativas y cualitativas.

Las conclusiones fueron las siguientes:

La eficiencia económica de las microempresas textiles del CIIU C1392.01 presenta una variabilidad significativa, con empresas que muestran resultados positivos y otras que atraviesan por serias dificultades financieras. Esta disparidad se refleja en los indicadores de rentabilidad y actividad, donde solo algunas microempresas logran mantener márgenes y rotaciones saludables. En general, se observa una débil planificación económica, bajo uso de herramientas financieras y escaso acceso a financiamiento, estas condiciones comprometen la sostenibilidad y el crecimiento del sector. Este estudio refleja que la eficiencia económica sigue siendo un desafío para enfrentar por parte de las microempresas.

Los indicadores de rentabilidad, especialmente el ROA, ROE y margen de utilidad neta, revelan que pocas microempresas textiles de la categoría CIIU C1392.01 lograron un desempeño financiero positivo durante el periodo 2021 – 2023, debido a que la mayoría presentó márgenes negativos o inestables, lo cual indica que sus ingresos no cubren eficientemente sus costos operativos. Esta situación puede atribuirse a una estructura de costos desequilibrada, baja productividad o escasa capacidad de adaptación de mercado.

El análisis de los indicadores de actividad muestra que la rotación de inventarios y cuentas por cobrar es baja o nula en varias microempresas lo que limita su liquidez y eficiencia operativa, además implica que las ventas son lentas y que los activos circulantes no están siendo aprovechados de forma óptima. Por otro lado, hay microempresas que presentan una rotación favorable lo que coincide con sus mejores niveles de rentabilidad, esto confirma la importancia de gestionar adecuadamente el capital circulante para evitar la acumulación de stock y retrasos en la recuperación de cartera.

Los factores internos como la falta de planificación financiera, control de gastos, toma de decisiones basadas en información contable, junto con los factores externos como la situación económica del país, la capacidad de adaptarse al mercado cambiante y la competencia, inciden fuertemente en la eficiencia económica de las microempresas textiles del CIIU C1392.01. Las encuestas reflejan, aunque las microempresas reconocen estas dificultades pocos aplican medidas estratégicas concretas para enfrentarlos.

Cabe mencionar que, aunque Cadena y Mora (2025) evidencian que la baja rotación de inventarios y la falta de planificación financiera afectan la eficiencia de las microempresas textiles, en el entorno de Guaranda este problema se agrava por el limitado uso de herramientas digitales de gestión, ya que muchos microemprendedores locales desconocen cómo calcular su rotación de inventarios o interpretar indicadores como el ROA, lo que convierte cualquier estrategia financiera en inviable si no va precedida de capacitación práctica y accesible. Por ello, para mejorar la competitividad en el casco urbano, resulta prioritario implementar talleres básicos de gestión de capital circulante adaptados al lenguaje y realidad de los emprendedores.

Como mencionan Peñafiel et al. (2018), en su artículo científico titulado “Estrategias de competitividad microempresarial para el desarrollo local en Ecuador” publicado en la revista Contribuciones a las Ciencias Sociales.

El fin de esta investigación radica en determinar las estrategias de competitividad microempresarial idóneas para el desarrollo local en el Ecuador.

La metodología parte de una indagación teórica de las contribuciones a la ciencia dadas por los autores clásicos y contemporáneos, a través de un estudio descriptivo – analítico, implementado técnicas de investigación de tipo documental.

Las conclusiones establecidas por Peñafiel et al. (2018) fueron las siguientes:

1. El análisis epistemológico sobre la competitividad empresarial permite a los autores, combinar las cinco fuerzas de Porter, para establecer las estrategias de competitividad microempresarial para el desarrollo local en el Ecuador.

2. El estudio de las cinco fuerzas de Porter (Proveedores, Sustitutos, Compradores, Clientes Potenciales y Competencia) ha permitido considerar un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una microempresa con enfoque de desarrollo local.

3. El estudio y análisis de los modelos de desarrollo local generados a partir de las microempresas permiten a los autores de este articulo plantear estrategias de competitividad microempresarial para el desarrollo local en el Ecuador.

4. Las cinco estrategias de competitividad microempresarial, propuestas en base a una extensa revisión bibliográfica especializada, aportan significativamente al desarrollo local en Ecuador impulsando la competitividad microempresarial en cada territorio.

Si bien Peñafiel et al. (2018) proponen estrategias de competitividad basadas en el modelo de Porter, su enfoque teórico resulta complejo para los microemprendimientos del casco urbano de Guaranda, donde la mayoría carece de formación empresarial formal. Por ello, estas estrategias requieren una adaptación práctica que priorice el diagnóstico de la competencia local y la relación con proveedores cercanos, en lugar de aplicar modelos genéricos de manera directa, solo así se podrá impulsar un desarrollo local real, partiendo de las capacidades existentes y no de construcciones teóricas alejadas de la realidad del territorio.

De igual manera como mencionan Cedeño et al. (2023), en su artículo científico “Estrategias innovadoras y su efecto en la competitividad de los pequeños emprendimientos del cantón Quevedo, Ecuador, 2023” publicado en la revista Estudios

Del Desarrollo Social: Cuba y América Latina.

El objetivo general de este trabajo es determinar el efecto de las estrategias innovadoras en la competitividad de los pequeños emprendimientos en el cantón Quevedo, Ecuador.

La metodología utilizada fue de tipo exploratoria y descriptiva. Se realizaron encuestas a una muestra representativa de negocios.

Las conclusiones muestran que:

1. Los factores internos más influyentes en la competitividad de los pequeños emprendimientos del cantón Quevedo son la calidad del producto o servicio, la planificación estratégica y la ubicación en un sector competitivo. Externamente, la competencia en el mercado, las tendencias y los cambios en las preferencias del consumidor son los principales desafíos. La mayoría de los emprendedores reconocen la importancia de la calidad, la disponibilidad de recursos y servicios, y el impacto de las condiciones económicas del país en su competitividad.

2. Las estrategias de comercialización y posicionamiento de productos o servicios innovadores en pequeños emprendimientos muestran que especialmente a través de redes sociales y publicidad en línea, es el método más popular y efectivo. Los emprendedores valoran positivamente estas estrategias, subrayando la importancia de la diferenciación y personalización para competir. La adopción de tecnología es alta, siendo crucial para la competitividad y crecimiento. La innovación ha mejorado los resultados financieros y las estrategias de precios innovadores son vitales para atraer y retener clientes. La participación en eventos y ferias también es significativa para la imagen innovadora. Se utilizan tecnologías para automatizar tareas y aumentar la eficiencia, aunque la adopción de prácticas sostenibles es limitada debido a costos, falta de conocimiento o baja prioridad.

3. Los resultados del estudio revelan que, aunque existen esfuerzos gubernamentales y privados para apoyar la innovación, la mayoría de los emprendedores no ha recibido suficiente apoyo gubernamental, lo que indica una brecha significativa entre las necesidades de los emprendedores y los recursos disponibles. Las limitaciones financieras, la falta de información clara sobre requisitos y trámites, y la burocracia excesiva son los principales obstáculos que enfrentan los emprendedores. Además, muchos emprendedores tienen un conocimiento limitado o nulo sobre las políticas gubernamentales de innovación y competitividad, lo que sugiere una falta de comunicación efectiva y la necesidad de estrategias para mejorar la difusión de información. A pesar de estos desafíos, algunos emprendedores han percibido un impacto positivo de las políticas y programas de apoyo, aunque estos casos son menos comunes.

Conviene agregar que, el estudio de Cedeño et al. (2023) revela que en Quevedo la adopción tecnológica es altos y efectivos, una realidad muy distinta a la del casco urbano de Guaranda, donde el 76% de los microemprendimientos no tiene perfil en redes sociales. Por ello, trasladar estrategias innovadoras de un cantón a otro no es automático; primero se requiere cerrar la brecha digital mediante capacitación básica y acceso gratuito a herramientas tecnológicas, solo entonces la innovación podrá tener un efecto real en la competitividad local, tal como ocurre en Quevedo.

Finalmente, a nivel local, Arellano y Torres (2024), en su artículo de investigación "Análisis de los factores que afectan la permanencia en el mercado de los emprendimientos en el cantón Guaranda" publicado en la revista Reincisol.

Este estudio analizó los factores que influyen en la permanencia en el mercado de los emprendimientos en la parroquia urbana del cantón Guaranda, Ecuador.

La metodología utilizada fue mediante un enfoque cuantitativo y descriptivo, con diseño no experimental, se implementó una encuesta para recopilar datos relevantes.

Las conclusiones evidencian que

Los resultados que se obtuvieron evidencian que el éxito y la sostenibilidad de estos emprendimientos dependen en gran medida de una combinación de factores internos y externos. Cabe destacar que la capacidad de adaptación y la visión a largo plazo de los emprendedores también son fundamentales para hacer frente a los desafíos cambiantes del entorno empresarial.

El estudio realizado permitió identificar las factores clave que determinan la permanencia y supervivencia a largo plazo de los emprendimientos del sector manufacturero dedicados a la elaboración de productos alimenticios, específicamente la preparación de comidas y platos preparados, así como la elaboración de productos de panadería, localizados en el cantón Guaranda, provincia de Bolívar, lo cual brinda información valiosa para orientar el diseño e implementación de políticas y programas que fomenten el desarrollo empresarial sostenible en la región. Estos hallazgos serán de gran utilidad para los emprendedores, las instituciones públicas y privadas, y todos los actores involucrados en el ecosistema emprendedor local.

La falta de planificación estratégica, la baja inversión en capacitación, la percepción de un entorno económico desfavorable y la falta de apoyo institucional son factores que, según la literatura y los datos obtenidos, inciden negativamente en la capacidad de los emprendimientos de Guaranda para mantenerse y prosperar en el mercado a largo plazo.

Es así que, se requiere ir más allá del diagnóstico y proponer acciones concretas como el uso de calendarios digitales gratuitos para planificar ventas y la articulación con la Cámara de Comercio para acceder a capacitación sin costo. Así, la capacidad de adaptación que mencionan los autores solo será efectiva si va acompañada de herramientas digitales accesibles y acompañamiento institucional permanente.

2.2 Marco Científico

Para Chara y Moncayo (2022), los microemprendimientos representan unidades económicas de reducida escala que permiten la realización de transacciones comerciales de bienes y servicios, favoreciendo la generación de empleo y la estabilidad económica de los agentes involucrados.

2.2.1 Teorías de los microemprendimientos

El estudio de los microemprendimientos se ha sustentado en diversas teorías que explican su origen, dinámica y capacidad competitiva. A continuación, se presentan las más relevantes.

2.2.1.1 Teoría económica del emprendimiento (Kirzner, 1973)

Una de las bases teóricas fundamentales es la teoría del descubrimiento emprendedor de Israel Kirzner (1973), quien sostiene que el emprendedor posee una alerta o agudeza especial para identificar oportunidades que otros no ven. En los microemprendimientos, esta teoría explica cómo personas con escasos recursos logran detectar nichos de mercado insatisfechos, incluso en entornos de incertidumbre. Kirzner enfatiza que la competitividad de un pequeño negocio no depende del capital inicial, sino de la capacidad del emprendedor para actuar ante oportunidades.

2.2.1.2 Teoría de la innovación (Schumpeter, 1934)

Joseph Schumpeter (1934) propuso que el desarrollo económico es impulsado por la innovación emprendedora (nuevos productos, procesos, mercados, fuentes de materias primas u organización). Así también, Schumpeter distingue entre el emprendedor innovador y el simple dueño de un negocio. Por lo que, para los microemprendimientos, esta teoría implica que la competitividad se logra por imitación, y por introducir mejoras (aunque sean incrementales) en productos o procesos.

2.2.1.3 Teoría de recursos y capacidades (Barney, 1991)

Jay Barney (1991), con su teoría de recursos y capacidades (Resource-Based View – RBV), sostiene que la ventaja competitiva sostenible de una empresa reside en sus recursos internos que sean valiosos, raros, imperfectamente imitables y no sustituibles (VRIN). Para los microemprendimientos, los recursos no son solo financieros; incluyen conocimientos del dueño, relaciones con clientes, reputación local, habilidades artesanales y capacidad de adaptación. Es así que, esta teoría es clave para entender por qué algunos microemprendimientos logran sobrevivir y crecer mientras otros fracasan, incluso con similar acceso a capital.

2.2.1.4 Teoría de la resiliencia empresarial (Holling, 1973; adaptada a emprendimientos)

Originalmente desarrollada en ecología por Holling (1973), la resiliencia ha sido aplicada a los emprendimientos por autores como Bullough y Renko (2013), donde se define como la capacidad de un negocio para resistir, adaptarse y recuperarse frente a crisis o perturbaciones. En microemprendimientos, la resiliencia se manifiesta en la flexibilidad para cambiar de producto, renegociar deudas o encontrar nuevos canales de venta ante adversidades (pandemias, crisis económicas, desastres naturales). Por lo tanto, esta teoría complementa la idea de que la competitividad no es solo eficiencia en tiempos normales, sino persistencia en entornos adversos.

2.2.1.5 Teoría del capital social (Bourdieu, 1986; Putnam, 1993)

Bourdieu (1986) y Putnam (1993) desarrollaron la teoría del capital social, que se refiere a los recursos que los individuos obtienen de sus redes sociales, confianza y normas compartidas. Para los microemprendimientos, el capital social es fundamental: las relaciones con proveedores, clientes vecinos, familiares y asociaciones gremiales facilitan el acceso a información, crédito informal y cooperación. Por ello, esta teoría explica cómo microemprendimientos con bajo capital financiero pero alto capital social logra posicionarse en el mercado.

2.2.1.6 Teoría institucional (North, 1990; DiMaggio & Powell, 1983)

Douglas North (1990), y posteriormente DiMaggio & Powell (1983), plantean que las instituciones (reglas formales e informales, normas culturales, regulaciones) moldean el comportamiento de las organizaciones. En el caso de los microemprendimientos en Guaranda, factores institucionales como la facilidad para obtener permisos, la existencia de ferias libres, la presión social por la informalidad o las políticas de apoyo municipal afectan directamente su competitividad. La teoría institucional ayuda a comprender por qué microemprendimientos similares tienen diferentes desempeños según el entorno regulatorio y cultural.

2.2.1.7 Teoría de la empresa familiar (Chua et al., 1999; Gersick et al., 1997)

Dado que la mayoría de microemprendimientos son negocios familiares, la teoría de la empresa familiar (Chua, Chrisman y Sharma, 1999; Gersick, Davis, Hampton y Lansberg, 1997) aporta conceptos como la visión familiar, la sucesión y los conflictos entre familia y negocio. La competitividad de estos emprendimientos depende de la armonía familiar, la planificación de la sucesión y la profesionalización gradual, por lo cual, esta teoría es relevante para el contexto ecuatoriano, donde el 80% de los microemprendimientos son administrados por familiares directos.

2.2.2 Tipos de microemprendimientos

2.2.2.1 Tipo A: Microemprendimientos de subsistencia

Los microemprendimientos de tipo A emergen fundamentalmente por una imperiosa necesidad económica; su primordial función es generar ingresos mínimos imprescindibles para la supervivencia del emprendedor, así como de su núcleo familiar (Choez et al., 2021). Por lo que, usualmente, tales negocios se distinguen por requerir una inversión relativamente baja, escasa planificación estratégica, así como un uso bastante limitado de herramientas tecnológicas.

Conceptualizando teóricamente, esta tipología emprendedora se asocia directamente a la teoría del emprendimiento por necesidad. Dicha teoría, postulada por Choez et al., (2021) en el marco del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), sostiene que las personas se aventuran en proyectos no tanto por vislumbrar oportunidades de mercado, sino más bien como consecuencia de la falta de empleos formales o condiciones económicas adversas que los acosan. En este sentido, estos microemprendimientos frecuentemente operan en la informalidad, presentando una capacidad de crecimiento muy limitada y, consecuentemente, una baja competitividad (Choez et al., 2021). Finalmente, desde la perspectiva del desarrollo económico, estos negocios cumplen una función social verdaderamente importante, ya que son fundamentales para mitigar el desempleo, permitiendo la subsistencia de sectores vulnerables, pese a las limitaciones intrínsecas que padecen para innovar o expandirse.

2.2.2.2 Tipo B: Microemprendimientos por oportunidad

Los microemprendimientos de tipo B emergen derivando de la identificación de oportunidades del mercado con el claro propósito de crear valor, expandirse y obtener una posición competitiva ventajosa (Shane y Venkataraman, 2000). A diferencia de los de tipo A, estos emprendimientos frecuentemente exhiben una planificación más sofisticada, una orientación a la cliente mucho más sólida y el empleo asiduo de herramientas tecnológicas junto con estrategias de comercialización (Schumpeter, 1934).

Este modelo empresarial se apoya fundamentalmente en la teoría del emprendimiento por oportunidad. Donde se sugiere que los emprendedores reconocen carencias en el mercado y formulan soluciones innovadoras con la intención de capitalizarlas (Kirzner, 1973). Igualmente, se vincula estrechamente con el enfoque en la innovación y competitividad, conceptualizando el emprendimiento como un impulsor clave del desarrollo económico y un generador fundamental de ventajas competitivas sustanciales (Schumpeter, 1934). Es así que, los microemprendimientos de tipo B presentan una mayor capacidad de crecer, formalizarse y permanecer en el tiempo, ya que aspiran a la diferenciación valiéndose de la calidad, la innovación y las estrategias.

2.2.3 Características de los microemprendimientos

A continuación, se enumeran las principales características que definen a los microemprendimientos, según la literatura especializada:

1. **Trabajo en equipo:** Permite la participación de dos o más personas en la gestión del negocio, generalmente familiares o colaboradores cercanos, esto facilita la distribución de tareas, aunque muchas veces se realiza de manera empírica (Neira y Ordoñez, 2021).
2. **Liderazgo concentrado:** El liderazgo suele estar en el propietario o emprendedor principal, quien toma la mayoría de decisiones, este liderazgo suele ser informal, basado más en la experiencia que en formación técnica (Julien, 2018).
3. **Baja inversión inicial:** Los microemprendimientos requieren pocos recursos económicos para iniciar, lo que facilita su creación, pero también limita su capacidad de crecimiento (GEM, 2024).
4. **Estructura organizativa simple:** No cuentan con una estructura jerárquica compleja, ya que las funciones no siempre están claramente definidas y una misma persona puede cumplir varios roles (Torres y Alarcón, 2023).
5. **Gestión empírica:** En muchos casos, la administración se basa en la experiencia y el conocimiento práctico, más que en herramientas técnicas o planificación estratégica formal (Ramírez y Mendoza, 2024).
6. **Flexibilidad operativa:** Tienen la capacidad de adaptarse rápidamente a cambios del mercado, modificar productos o servicios y ajustarse a las necesidades del cliente (Cedeño Ponce, 2024).
7. **Limitado acceso a financiamiento:** Enfrentan dificultades para acceder a créditos o financiamiento formal, lo que restringe su expansión y modernización (Noroña y Mora, 2025).

8. **Uso reducido de tecnología:** Muchos microemprendimientos presentan un bajo nivel de digitalización, especialmente en contextos locales, lo que afecta su competitividad (Vera et al., 2025).

9. **Enfoque en mercados locales:** Generalmente operan en entornos cercanos, como barrios o comunidades, atendiendo necesidades específicas del mercado local (Arellano y Torres, 2024).

10. **Alta participación familiar:** Es común que los miembros de la familia participen en el negocio, lo que reduce costos laborales, pero puede generar problemas en la gestión profesional (Chua, et al., 1999).

2.2.4 Etapas de los microemprendimientos

Según la literatura especializada en pequeñas y microempresas, los microemprendimientos atraviesan por diferentes etapas a lo largo de su existencia. A continuación, se enumeran y describen las principales etapas:

1. **Etapa de concepción o idea inicial:** Corresponde al momento en que el emprendedor identifica una oportunidad de negocio o una necesidad insatisfecha, en esta fase, aún no existe una inversión significativa y la actividad se limita a la reflexión y el análisis básico de viabilidad (Kirzner, 1973; Shane & Venkataraman, 2000).

2. **Etapa de inicio o puesta en marcha:** Se caracteriza por la movilización de recursos mínimos (capital, materiales, espacio) y el inicio efectivo de las operaciones. Generalmente, el emprendedor asume todos los riesgos y funciones administrativas, dado que es la etapa de mayor vulnerabilidad, con alta probabilidad de fracaso (Reynolds et al., 2001).

3. **Etapa de supervivencia:** El microemprendimiento logra generar ingresos regulares que cubren costos operativos básicos, aunque el dueño aún no obtiene ganancias significativas. Por lo que, la prioridad es mantenerse en el mercado, en esta fase, muchos negocios se estancan y no logran avanzar (Churchill & Lewis,)

4. **Etapa de crecimiento o expansión:** Se produce cuando el negocio incrementa sus ventas, clientes y/o su cobertura geográfica, comienza a requerir mayor organización, a veces contratando personal externo, pues el emprendedor debe delegar funciones, ya que esta etapa es crítica para la formalización y la adopción de herramientas de gestión (Scott y Bruce, 1987).

5. **Etapa de madurez o consolidación:** El microemprendimiento alcanza un nivel estable de operaciones, con procesos estandarizados, una base de clientes fiel y rentabilidad sostenida. El desafío en esta etapa es innovar para no entrar en declive (Greiner, 1972; Churchill y Lewis, 1983).

6. **Etapa de declive o renovación:** Algunos microemprendimientos, por falta de innovación, cambios en el mercado o problemas internos, entran en una fase de disminución de ventas y cierre eventual; otros, en cambio, logran reinventarse mediante estrategias de diferenciación o diversificación, lo que les permite un nuevo ciclo de crecimiento (Mazzarol, 2014).

2.2.5 Ventajas, desventajas

Tabla 1.
Ventajas estructurales de los microemprendimientos

Descripción	Autor(es) y año
Flexibilidad operativa para adaptarse rápidamente a cambios del mercado	Julien (2018)
Baja inversión inicial, lo que reduce la barrera de entrada	GEM (2024)
Cercanía al cliente y conocimiento profundo del mercado local	Arellano y Torres (2024)
Alto compromiso del propietario, quien asume la responsabilidad directa	Neira y Ordoñez (2021)
Capacidad de resiliencia y adaptación ante crisis	Torres y Alarcón (2023)

Nota. *Elaboración propia a partir de la revisión bibliográfica de los autores citados.*

Tabla 2.
Desventajas estructurales de los microemprendimientos

Descripción	Autor(es) y año
Limitado acceso a financiamiento formal	Noroña y Mora (2025)
Gestión empírica y falta de planificación estratégica	Ramírez y Mendoza (2024)
Baja adopción de tecnología y digitalización	Vera et al. (2025)
Dificultades para escalar y competir con empresas más grandes	Churchill y Lewis (1983)
Alta informalidad y problemas de sucesión familiar	Chua, Chrisman y Sharma (1999)

Nota. *Elaboración propia a partir de la revisión bibliográfica de los autores citados.*

Ventaja para microemprendimientos: Reduce la competencia directa con empresas grandes y permite una inversión focalizada en publicidad por ejemplo grupos de Facebook del barrio, ferias locales.

Un caso más específico: Un emprendimiento de comidas saludables no vende a todo público, sino solo a deportistas de un gimnasio específico, ofreciendo menús personalizados y entregas en el horario de entrenamiento.

2.2.6 La competitividad

La competitividad es la capacidad de una unidad productiva en este caso, un microemprendimiento para sostener y aumentar su participación en el mercado, generando valor para los clientes y obteniendo rentabilidad en comparación con sus competidores, incluso en entornos de recursos limitados. Según Porter (1990), la competitividad depende de los precios y de la diferenciación, la eficiencia y la adaptación al entorno. Aplicado a los microemprendimientos, ser competitivo implica sobrevivir, crecer y aprovechar ventajas locales frente a empresas más grandes (Arellano y Torres, 2024).

2.2.6.1 Dimensiones de la Competitividad

Tabla 3.
Dimensiones de la competitividad aplicables a microemprendimientos

Dimensiones	Descripción	Autor(es) y año
Innovación	Capacidad de introducir mejoras en productos, procesos o modelos de negocio, generando diferenciación y valor agregado en el mercado	Schumpeter (1934); Püschel (2022); Cedeño et al. (2023)
Eficiencia en gestión	Organización interna que permite control de costos, inventarios y cumplimiento de obligaciones tributarias, mejorando la productividad	Ramírez y Mendoza (2024); INEC (2023)
Posicionamiento en el mercado	Reconocimiento y preferencia por parte de los clientes locales, reflejado en clientes habituales y participación en ferias	Arellano y Torres (2024); GAD Guaranda (2024)
Resiliencia empresarial	Capacidad de adaptarse, resistir y recuperarse frente a crisis o perturbaciones del entorno (pandemias, crisis económicas)	Holling (1973); Torres y Alarcón (2023)
Uso de tecnología digital	Incorporación de herramientas como internet, redes sociales, publicidad digital y facturación electrónica para ampliar el alcance comercial	GEM (2024); Vera et al. (2025); Goyes y Bonilla (2024)
Capital social	Aprovechamiento de redes de confianza, relaciones con proveedores, clientes y asociaciones gremiales para acceder a información y cooperación	Bourdieu (1986); Putnam (1993)
Capacidad de escalamiento	Posibilidad de crecer, aumentar ventas y competir con empresas más grandes, superando la etapa de subsistencia	Churchill y Lewis (1983); Scott y Bruce (1987)
Diferenciación y personalización	Estrategia para destacar en el mercado mediante productos o servicios únicos adaptados a las preferencias del consumidor local	Cedeño et al. (2023)

Nota. *Elaboración propia a partir de la revisión bibliográfica de los autores citados.*

2.2.6.2 Componentes clave de la competitividad: E**strategias genéricas según Porter**

Michael Porter (1980) propuso tres estrategias genéricas para alcanzar ventajas competitivas: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque o segmentación. En los microemprendimientos, estas tres estrategias son aplicables, aunque con distintos grados de viabilidad debido a las limitaciones de escala y recursos (Churchill y Lewis, 1983; Scott y Bruce, 1987).

a) Diferenciación

La diferenciación consiste en ofrecer un producto o servicio percibido como único por los clientes, ya sea por calidad, diseño, atención personalizada, atributos culturales o valor agregado local, lo que permite al microemprendimiento evitar la competencia por precios y construir lealtad (Porter, 1980; Cedeño et al., 2023).

En la aplicación práctica en microemprendimientos tenemos los siguientes:

1. Uso de materias primas locales o tradicionales.
2. Atención directa y personalizada del propietario.
3. Empaques ecológicos o diseños artesanales.
4. Narrativa de origen contando una historia para que conecte con el cliente.

Pongo por caso: Una microempresa de chocolates artesanales diferencia su producto usando cacao de finca propia, receta familiar y empaques reciclables, donde logra un precio superior al chocolate industrial.

b) Segmentación (o enfoque)

La segmentación implica concentrar los esfuerzos en un nicho específico de clientes, una zona geográfica reducida o una línea de producto muy particular. De esta forma, el microemprendimiento atiende necesidades que los competidores generalistas ignoran (Porter, 1980; Scott y Bruce, 1987).

De igual forma los tipos de segmentación aplicables son los siguientes:

Segmentación por diferenciación: ofrecer un producto único para un nicho con gustos especiales por ejemplo ropas para mascotas de talla grande).

Segmentación por costos: ofrecer precios más bajos dentro de un segmento sensible tal como la venta de libros usados a estudiantes de bajos recursos.

c) Liderazgo en costos

El liderazgo en costos consiste en lograr el menor costo de producción u operación dentro del sector, lo que permite ofrecer precios más bajos que la competencia sin sacrificar totalmente el margen de ganancia (Porter, 1980). En microemprendimientos, aunque es difícil por las limitaciones de escala, puede aplicarse en lugares muy específicos.

En la aplicación práctica en microemprendimientos tenemos los siguientes:

1. Reducción de desperdicios y optimización de insumos.
2. Uso de canales de venta directa (sin intermediarios).
3. Localización en zonas de baja renta comercial o espacios compartidos.
4. Digitalización de procesos para ahorrar en papelería y desplazamientos.

Por ejemplo: Una microemprendedora que vende empanadas las produce en su casa (sin alquiler de local), compra los ingredientes al por mayor con otros vendedores y entrega por pedidos a pie de cuadra, donde se logra un precio más bajo que las cafeterías de la zona.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Competitividad

Se entiende como la capacidad que tienen los microemprendimientos para mantenerse, posicionarse y crecer en el mercado, mediante la generación de ventajas frente a sus competidores. En el entorno ecuatoriano, la competitividad empresarial se vincula con factores como la innovación, la eficiencia en la gestión y la adopción de herramientas tecnológicas (Rodríguez, 2022).

2.3.2 Innovación

Corresponde al proceso mediante el cual los microemprendimientos desarrollan o mejoran productos, servicios, procesos o modelos de negocio, generando valor agregado y diferenciación en el mercado. En el marco ecuatoriano, la innovación es considerada un eje fundamental para el desarrollo productivo y la competitividad empresarial (Püschel, 2022).

2.3.3 Microemprendimiento

Se refiere a una unidad económica conformada por entre 1 y 9 trabajadores, con ingresos anuales que no superan los USD 300.000, dedicada a actividades productivas, comerciales o de servicios. Según la normativa ecuatoriana, estas unidades representan una base importante del tejido económico, caracterizándose por su gestión generalmente familiar o individual y su potencial de formalización (Chang, 2024).

2.3.4 Competitividad

Capacidad que tienen los microemprendimientos para mantenerse, posicionarse y crecer en el mercado, mediante la generación de ventajas frente a sus competidores, en el entorno ecuatoriano, se vincula con innovación, eficiencia en la gestión y adopción de herramientas tecnológicas (Rodríguez, 2022).

2.3.5 Innovación

Proceso mediante el cual los microemprendimientos desarrollan o mejoran productos, servicios, procesos o modelos de negocio, generando valor agregado y diferenciación en el mercado (Püschel, 2022).

2.3.6 Sostenibilidad

Capacidad de un microemprendimiento para mantenerse en el tiempo generando ingresos suficientes que cubran costos y permitan su reproducción, sin agotar sus recursos financieros, humanos o relacionales (Rivera et al., 2025).

2.3.7 Resiliencia empresarial

Habilidad de un negocio para resistir, adaptarse y recuperarse ante crisis o perturbaciones externas (pandemias, crisis económicas, desastres naturales), manteniendo sus operaciones básicas (Holling, 1973; Bullough y Renko, 2013).

2.3.8 Posicionamiento en el mercado

Lugar que ocupa un microemprendimiento en la mente del consumidor local en relación con la competencia, basado en atributos como calidad, precio, cercanía o confianza (Rodríguez, 2022).

2.3.9 Gestión administrativa

Conjunto de prácticas de planificación, organización, dirección y control aplicadas a un microemprendimiento, donde incluye el registro de ingresos/gastos, control de inventarios y cumplimiento de obligaciones tributarias (Ramírez y Mendoza, 2024).

2.4 Marco Legal

Según la Constitución de la República del Ecuador (2008) reconoce y promueve las diversas formas de organización productiva.

El Artículo 52 consagra el derecho de las personas a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características, lo que resulta relevante para que los microemprendimientos puedan operar en un mercado justo, pues este marco constitucional otorga un respaldo fundamental para el fortalecimiento de los microemprendimientos como motores de desarrollo local.

Asimismo, el Artículo 284, numeral 2 dispone que las políticas económicas tendrán como objetivo "incentivar la producción nacional, la productividad y la competitividad sistémica" (Constitución del Ecuador, 2008).

En el Artículo 319 establece que el Estado garantizará un sistema económico social, solidario y sostenible, reconociendo al trabajo en todas sus formas y a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) como actores fundamentales del desarrollo productivo nacional (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

En el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) (2010), en la Ley No. 0, Registro Oficial Suplemento 351 de 29 de diciembre menciona que:

En su Artículo 3 establece como objeto regular el proceso productivo en todas sus etapas, promoviendo la inversión productiva, el empleo, la competitividad y la innovación, para los microemprendimientos, este código es clave porque fomenta la formalización y la mejora de la competitividad a través de incentivos a la producción local.

El Artículo 4 establece como principio la "búsqueda de la competitividad con equidad", donde promueve que las unidades productivas populares accedan a mercados en condiciones justas.

El Artículo 55 dispone que el Estado implementará programas de capacitación en gestión empresarial, marketing y tecnología para fortalecer a estos emprendimientos (LOEPS, 2011). Este cuerpo legal respalda directamente la propuesta de estrategias de marketing digital y gestión administrativa planteada en esta investigación.

2.4.1 Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020)

El Artículo 12 instituye el Registro Nacional de Emprendimiento (RNE) como una herramienta de inscripción voluntaria para los emprendimientos en Ecuador, donde dicho registro, administrado por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, permite acceder a los beneficios y programas de fomento establecidos en la ley, de igual manera pueden inscribirse las personas naturales o jurídicas cuyos emprendimientos tengan una antigüedad menor a cinco años, cuenten con menos de 49 trabajadores y presenten ventas anuales inferiores a un millón de dólares.

El Artículo 22 establece la Red Nacional de Centros de Desarrollo Empresarial, encargada de brindar asistencia técnica, capacitación y mentoría a emprendedores (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020). Por lo tanto, esta ley representa un avance significativo para la competitividad de los microemprendimientos en Guaranda.

2.4.2 El Código Orgánico Monetario y Financiero (2025)

El Artículo 160 clasifica al sistema financiero nacional y sienta las bases para que las entidades financieras públicas y privadas dirijan un porcentaje de su cartera de crédito a segmentos productivos de menor tamaño, incluyendo microempresas (Código Orgánico Monetario y Financiero, 2014). Por ello, esta disposición es clave para superar una de las principales desventajas de los microemprendimientos: el limitado acceso a financiamiento formal.

Entes reguladores y de fomento:

Servicio de Rentas Internas (SRI): encargado del registro tributario (RUC) y de la simplificación del cumplimiento fiscal para microemprendedores, principalmente a través del Régimen Impositivo para Microempresas y Empresas Populares (RIMPE).

A nivel micro, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Guaranda ha emitido ordenanzas que afectan directamente a los microemprendimientos en su casco urbano. Entre las más relevantes se encuentran:

a) Ordenanza que regula el funcionamiento de los establecimientos comerciales, industriales y de servicios en el cantón Guaranda (Codificación 2022). Donde, esta ordenanza establece los requisitos para la obtención de patentes municipales, horarios de atención, normas de salubridad y uso del espacio público.

b) Ordenanza de fomento productivo y desarrollo económico local (2023). Esta norma crea el Centro de Apoyo al Emprendedor Local, dependiente de la Dirección de Desarrollo Económico. Dicho centro ofrece capacitación gratuita en gestión administrativa, contabilidad básica y acceso a líneas de microcrédito municipal (GAD Municipal de Guaranda, 2023). Igualmente, establece la Feria inclusiva de emprendedores Guarandeños, que se realiza mensualmente en el centro urbano, brindando un espacio de comercialización sin costo para los microemprendedores registrados.

c) Ordenanza de simplificación de trámites y ventanilla única empresarial (2024). Esta norma, en concordancia con la Ley de Emprendimiento, reduce los plazos para la obtención de la patente municipal y elimina tasas para emprendimientos con ingresos anuales inferiores a dos salarios básicos unificados (GAD Municipal de Guaranda, 2024).

d) Ente local de apoyo: La Cámara de Comercio de Bolívar actúa bajo el amparo de la Ley de Cámaras de Comercio (Ley 106, Registro Oficial 131 del 7 de marzo de 1969).

En el Artículo 4, literal a, establece que tienen la función de "propender al desarrollo del comercio nacional en sus relaciones internas", mientras que el literal c señala que deben "cooperar con el Gobierno en el estudio de los problemas socio-económicos", facultades que la convierten en un actor estratégico para el fortalecimiento de la competitividad de los microemprendimientos locales.

En el Artículo 17, se contempla una tarifa reducida para microemprendimientos familiares y de subsistencia, con el objetivo de incentivar la formalización (GAD Municipal de Guaranda, 2022).

2.5 Marco Georreferencial

El cantón Guaranda, cabecera provincial de Bolívar, se ubica en la región central de Ecuador, en una zona de transición entre la Sierra y la Costa. Según el GAD Municipal de Guaranda (2023), el cantón tiene una extensión aproximada de 1908 km² y, de acuerdo con el censo de 2022, una población de 98 130 habitantes. El casco urbano se encuentra a una altitud de 2668 m s. n. m. y presenta una temperatura promedio de 13 °C. Así también, el área de estudio abarca las parroquias urbanas de Ángel Polibio Chaves, Gabriel Ignacio Veintimilla y Guanujo.

La economía de la zona es mixta, con predominio de microemprendimientos dedicados al comercio, los servicios y la producción artesanal, así también la vida local está fuertemente influenciada por la cultura y las tradiciones, entre las que destacan el carnaval guarandeño declarado Patrimonio Cultural del Ecuador y otras festividades populares.

Figura 1
Ubicación geográfica de Guaranda.



Nota. *Ubicación geográfica de Guaranda, coordenadas 1°36'20"S 79°00'11"O].*

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA

La metodología de investigación constituye el conjunto de procedimientos y técnicas que permiten abordar el objeto de estudio de manera sistemática y rigurosa. En el presente capítulo se detallan los aspectos metodológicos que guían la investigación, incluyendo el tipo de investigación, el enfoque, los métodos, las técnicas e instrumentos de recopilación de datos, la población y muestra, así como el procesamiento de la información.

3.1 Tipo de Investigación

3.1.1 Investigación descriptiva

La investigación es descriptiva porque se propone caracterizar la situación actual de los microemprendimientos en el casco urbano del cantón Guaranda en cuanto a su nivel de competitividad, sus principales ventajas y desventajas estructurales, y las barreras que limitan su sostenibilidad. Según Hernández et al., (2018) la investigación descriptiva tiene como propósito "especificar propiedades, características y perfiles importantes de cualquier fenómeno que se someta a análisis" (p. 92). En este caso, se describirán variables como el tamaño del emprendimiento, el sector económico, el nivel de formalización, el acceso a financiamiento, el uso de tecnologías básicas y la capacidad de resiliencia.

3.1.2 Investigación bibliográfica

La investigación también es de tipo bibliográfica o documental, ya que se sustenta en la revisión sistemática de fuentes secundarias: libros, artículos científicos, tesis, informes técnicos y documentos legales relacionados con los microemprendimientos y su competitividad. Según Baena (2014), la investigación bibliográfica "es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, etc.)" y tiene como finalidad "recopilar, seleccionar, analizar y presentar resultados coherentes" (p. 11). Por lo tanto, la investigación bibliográfica ha permitido construir el estado del arte.

3.1.3 Investigación documental

García (2025) añade que la investigación documental "se distingue por el uso de documentos como fuente primaria de información" (p. 27), lo que ha sido fundamental para fundamentar teóricamente las variables de estudio competitividad, sostenibilidad, resiliencia. De esta manera, la investigación bibliográfica complementa a la descriptiva, proporcionando el soporte teórico y normativo necesario para interpretar los hallazgos de campo.

3.1.4 Investigación exploratoria

La investigación es exploratoria porque aborda un fenómeno poco estudiado en el contexto local del cantón Guaranda: la relación entre los microemprendimientos y su competitividad en un entorno cada vez más digitalizado. Según Hernández et al. (2018), la investigación exploratoria "se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes" (p. 101). En este caso, no existen estudios actualizados que diagnostiquen el nivel de uso de herramientas digitales y planificación estratégica en los microemprendimientos del casco urbano, por lo que esta fase permitió identificar variables clave, ajustar el instrumento de recolección de datos y comprender las particularidades del fenómeno antes de proceder a una descripción más detallada.

3.1.5 Investigación de campo

La investigación es de campo porque la recolección de datos primarios se realiza directamente en el lugar donde ocurren los hechos, es decir, en los microemprendimientos ubicados en el casco urbano del cantón Guaranda. Según Arias (2012), la investigación de campo "consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna" (p. 31). El enfoque complementa a la investigación descriptiva y exploratoria, al contrastar la teoría con la realidad concreta del territorio.

3.1.6 Investigación aplicada

Finalmente, la investigación tiene un carácter aplicado, puesto que busca describir y comprender la realidad de los microemprendimientos y proponer estrategias viables para mejorar su competitividad. Naranjo (2025) define la investigación aplicada como "aquella que se orienta a resolver problemas prácticos de la sociedad o del sector productivo, generando conocimientos útiles y directamente utilizables" (p. 45). En el marco de este estudio, los resultados obtenidos sirven como base para diseñar una propuesta de estrategias y gestión administrativa adaptadas al contexto local, con el fin de que los microemprendedores del cantón Guaranda puedan implementarlas y así fortalecer su posicionamiento en el mercado de cara al año 2026.

3.2 Enfoque de la investigación

La presente investigación adoptó un enfoque cuantitativo, el cual permitió medir y analizar numéricamente la competitividad de los microemprendimientos en el casco urbano del cantón Guaranda. Por su parte, Ñaupas et al. (2018) afirman que la investigación cuantitativa "se basa en la medición de fenómenos objetivos, utilizando la estadística para el análisis de datos, con el propósito de generalizar resultados a una población más amplia" (p. 97).

Esta investigación también consideró un enfoque cualitativo, el cual permitió comprender de manera más profunda las percepciones y experiencias de los microemprendedores del casco urbano de Guaranda. Según Hernández, Fernández y Baptista (2018), el enfoque cualitativo "se enfoca en comprender los fenómenos desde la perspectiva de los participantes, explorando sus experiencias y significados" (p. 9). Para ello, se incluyeron preguntas abiertas dentro de la encuesta y se realizaron observaciones directas en los locales comerciales, lo que facilitó identificar barreras subjetivas como la desconfianza al financiamiento bancario o el desconocimiento sobre el uso de herramientas digitales. De esta manera, lo cualitativo complementó a lo cuantitativo, permitiendo explicar el "por qué" detrás de los números obtenidos.

Para llevar a cabo el estudio, se diseñó y aplicó una encuesta estructurada dirigida a una muestra representativa de microemprendedores del casco urbano de Guaranda. El instrumento contenía preguntas cerradas con escalas numéricas y opciones de respuesta categóricas, orientadas a recolectar información sobre: características del emprendimiento (tamaño, sector económico, tiempo de operación), nivel de formalización (registro en el RUC, patente municipal), acceso a financiamiento (créditos formales e informales), uso de tecnologías básicas (computador, internet, facturación electrónica) y percepción de competitividad (ingresos mensuales, clientes habituales, capacidad de adaptación a cambios del mercado). Los datos recolectados fueron procesados mediante estadística descriptiva, calculando frecuencias absolutas y relativas, porcentajes, medias y desviaciones estándar, lo que permitió identificar los principales patrones y tendencias de la población estudiada.

3.3 Métodos de Investigación

Para el desarrollo de la investigación se emplean los siguientes métodos:

3.3.1 Método inductivo

Se aplicó durante la fase de trabajo de campo. Según Bernal (2010), el método inductivo "parte de la observación de fenómenos particulares para llegar a conclusiones y principios generales" (p. 59). En esta investigación, se observaron y analizaron casos concretos de microemprendimientos ubicados en el casco urbano del cantón Guaranda.

3.3.2 Método deductivo

Se aplicó durante la construcción del marco teórico y la revisión de la literatura. De acuerdo con Hernández et al., (2014), el método deductivo "parte de afirmaciones generales (teorías, leyes, principios) para llegar a afirmaciones específicas" (p. 8). En este estudio, se partió de teorías generales sobre la competitividad empresarial (como la Teoría de Recursos y Capacidades de Barney, 1991; la Teoría de la Innovación de Schumpeter, 1934; y la Teoría de la Resiliencia de Holling, 1973), así como de leyes nacionales (Constitución del Ecuador, Ley de Emprendimiento) y de normativas locales del GAD de Guaranda.

3.3.3 Método mixto

El método mixto se aplicó al combinar procedimientos cuantitativos y cualitativos en una misma investigación, permitiendo una comprensión más integral del fenómeno estudiado. Según Hernández, Fernández y Baptista (2018), el método mixto "representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada" (p. 534).

En la presente investigación, el método mixto se aplica al combinar una encuesta estructurada con preguntas cerradas enfoque cuantitativo para medir la competitividad de los microemprendimientos, junto con preguntas abiertas y observación directa enfoque cualitativo que permiten captar percepciones, experiencias y barreras subjetivas de los emprendedores. Es así que, esta integración facilita contrastar los datos numéricos sobre formalización, uso de tecnología e ingresos con las narrativas sobre desconfianza al financiamiento o desconocimiento digital.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

3.4.1 Técnica

La encuesta, una herramienta primordial en la investigación, sirve como eje central para la obtención de datos. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la encuesta es "una técnica de recolección de datos que consiste en un conjunto de preguntas estandarizadas dirigidas a una muestra representativa de la población" (p. 217). Por otra parte, López et al., (2015), menciona que la encuesta permite "obtener información cuantitativa sobre características, opiniones o comportamientos de una población a partir de una muestra" (p. 12).

En la presente investigación, la encuesta se dirige a la población conformada por los microemprendimientos del casco urbano del cantón Guaranda, que tengan al menos seis meses de operación continua y cuenten con un local comercial visible al público.

3.4.2 Instrumento

Como instrumento de recolección de datos primarios se utilizó un cuestionario estructurado en formato impreso. Según Roldán y Fachelli (2015), el cuestionario es "el instrumento estandarizado que permite recoger datos de forma sistemática y comparable" (p. 23).

3.4.3 Validación del Instrumento

El instrumento fue validado a través del juicio experto, el cuál consistió en la participación de tres profesionales con trayectoria demostrada en investigación y administración de microempresas. Cada uno de los expertos emitirá su juicio, esto lo harán valorando la claridad, pertinencia e importancia de cada elemento efectuado en el instrumento de recolección de datos.

3.4.4 Confiabilidad del Instrumento

La fiabilidad se va a establecer empleando el coeficiente Alpha de Cronbach. Una prueba piloto será aplicada, en treinta microemprendimientos. Se anticipa obtener un coeficiente que sobrepase 0.80, denotando una considerable coherencia interna del instrumento; este resultado es clave.

3.5 Universo, Población y Muestra

3.5.1 Universo

El universo de esta investigación está constituido por la totalidad de microemprendimientos existentes en el casco urbano del cantón Guaranda, provincia de Bolívar, la última investigación realizada fue en el año 2021 donde se identificó 969 Mipymes plasmada en la revista Conciencia (Iza, 2021). Según García (2025), el universo “es la totalidad de un fenómeno de estudio, que incluye la totalidad de elementos que poseen características comunes” (p. 42). En este caso, se consideraron todos los microemprendimientos de cualquier sector económico (comercio, servicios, producción) ubicados en el área urbana del cantón.

3.5.2 Población

La población estuvo conformada por todos los microemprendimientos del casco urbano del cantón Guaranda que cumplieron con los siguientes criterios: (a) tener al menos seis meses de operación continua, (b) contar con un local comercial visible al público. De acuerdo con Hernández et al., (2014), la población es "el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones" (p. 174). Para efectos de esta investigación, la población fue accesible y manejable, lo que permitió trabajar con una selección directa de casos.

3.5.3 Muestra

Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia. Según Otzen y Manterola (2017), este tipo de muestreo "permite seleccionar aquellos casos a los cuales se tiene acceso, aceptando su inclusión voluntaria en el estudio" (p. 228).

Partiendo de una población de 969 microemprendimientos ubicados en el casco urbano del cantón Guaranda, según el estudio de Iza (2021), se calculó el tamaño de la muestra utilizando la fórmula para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95% (Z=1.96), una probabilidad de éxito y fracaso del 50% (p=q=0.5), y un margen de error del 5% (e=0.05). El resultado obtenido fue de 275 encuestas.

Fórmula:

$$\boldsymbol{n} = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + Z^2.p.q}$$

Datos:

N= 969 (población)

Z=1.96 (95% confianza)

p= 0.5, q= 0.5 (máxima variabilidad)

e=0.05 (5% de margen de error)

Calculo:

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$\frac{969 \times 3.8416 \times 0.25}{0.0025 \times 968 + 0.9604}$$

$$\frac{930.0276}{3.3804}$$

$$\mathbf{275}$$

Tamaño de muestra:

$$\boldsymbol{n} = \frac{\mathbf{930.0276}}{\mathbf{3.3804}} = \mathbf{275}\ \boldsymbol{encuestas}$$

Procesamiento de la Información

Para el análisis e interpretación de los resultados se utilizó, el procesamiento de la información se llevará a cabo de forma sistemática y ordenada, en concordancia con el enfoque cuantitativo de la investigación, a partir de los datos obtenidos mediante la encuesta aplicada durante el trabajo de campo.

Para el procesamiento de la información se utilizará el programa Word y Excel, Word para el contexto del análisis y la interpretación de los datos obtenidos en a la investigación de campo y Excel para las tablas de la tabulación y los gráficos de análisis.

3.5.4 Tabulación

Una vez validadas las preguntas del cuestionario mediante juicio de expertos, lo que garantiza una correcta redacción y pertinencia de los ítems, se procederá a la tabulación de los datos recolectados en una hoja de cálculo de Microsoft Excel. Para ello, se asignarán códigos numéricos a las respuestas cerradas, por ejemplo: 1 = Sí, 0 = No; y valores de 1 a 5 para la escala Likert, organizando cada fila como un microemprendimiento y cada columna como una variable.

Con esta base de datos se calcularán frecuencias absolutas y relativas “porcentajes”, medias y desviaciones estándar mediante las funciones estadísticas de Excel. Los resultados se presentarán en tablas resumen y se elaborarán gráficos de barras, circulares “pastel” y diagramas, según la naturaleza de las variables, para visualizar de manera clara los niveles de formalización, uso de tecnología digital, acceso a financiamiento y las dimensiones de competitividad de los microemprendimientos estudiados.

3.5.5 Presentación de resultados

Los resultados se mostrarán, sin duda, con lucidez, organizados cuidadosamente y entendibles. Tablas, junto a distintas representaciones gráficos de barras y pasteles se emplearán, eligiéndolos según la índole de las variables y las metas del estudio. Cada tabla, cada figura, llevarán título, numeración, además de la fuente apropiada, respetando las guías de las normas APA, vigentes para presentar datos estadísticos.

Además, un análisis descriptivo e interpretativo que buscará explicar los resultados elementales, discernir tendencias, cotejar resultados y ligar variables, propiciando un entendimiento mayor de la información, apoyando las conclusiones investigativas.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

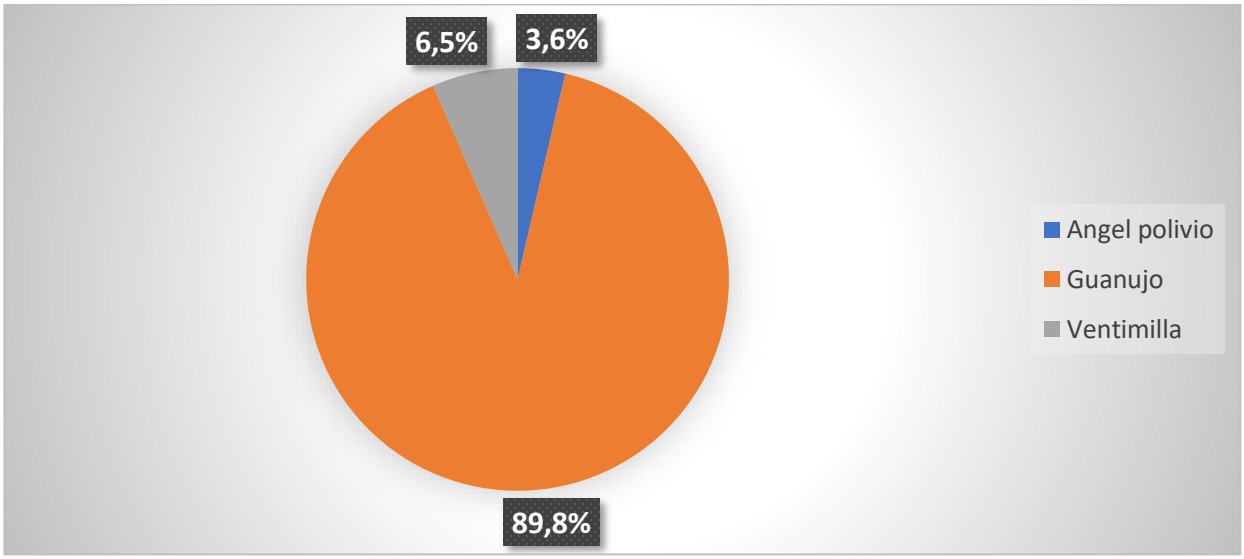
Nombre de la Parroquia

Tabla 4.
Nombre de la Parroquia

Parroquias	Frecuencia	Porcentaje
Ángel Polibio Chavez	10	3,6%
Guanujo	247	89,8%
Veintimilla	18	6,5%
Total	**275**	**100,0%**

Elaborado por: La Autora
Nota: Encuestas 2026

Figura 1
Nombre de la Parroquia



Elaborado por: La Autora
Nota: Encuestas 2026

Análisis e Interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos sobre la ubicación de los microemprendimientos encuestados, se evidencia una concentración masiva del 89,8% en la parroquia Guanujo, mientras que las parroquias Veintimilla y Ángel Polibio registran una participación minoritaria del 6,5% y 3,6% respectivamente. La marcada centralización geográfica en Guanujo sugiere que dicha zona concentra el mayor dinamismo comercial y de autoempleo dentro del casco urbano del cantón, posicionándose como el núcleo principal para el desarrollo de la actividad microempresarial local.

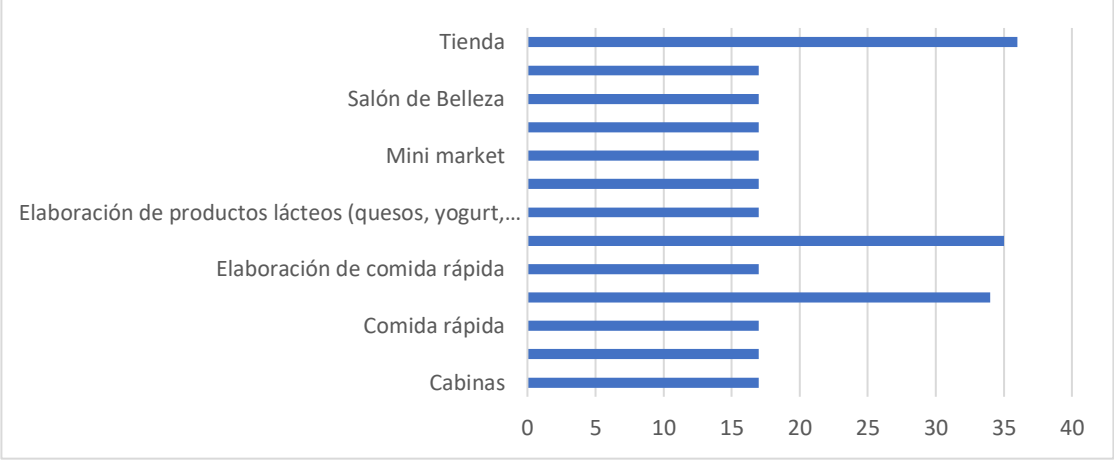
1 ¿Qué tipo de productos ofrece?

Tabla 5
Tipo de productos

Emprendimientos	Frecuencia	Porcentaje
Cabinas	17	6,2%
Caramelos en una escuelita	17	6,2%
Comida rápida	17	6,2%
Elaboración de bebidas (jugos, licores artesanales, etc.)	34	12,4%
Elaboración de comida rápida	17	6,2%
Elaboración de productos de panadería, pastelería o molinería	35	12,7%
Elaboración de productos lácteos (quesos, yogurt, etc.)	17	6,2%
Elaboración y conservación de carnes, frutas u hortalizas	17	6,2%
Mini Marquet	17	6,2%
Peluquería	17	6,2%
Salón de Belleza	17	6,2%
Servicios	17	6,2%
Tienda	36	13,1%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Figura 2
Tipo de productos



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Los resultados evidencian que la oferta de los microemprendimientos se concentra principalmente en actividades vinculadas al consumo cotidiano y a la producción artesanal de alimentos. La categoría con mayor representación corresponde a las tiendas tradicionales, con el 13,1%; dentro de este grupo se ubican negocios barriales dedicados a la venta de víveres, abarrotes, bebidas, productos de aseo y otros artículos de primera necesidad. También destacan la elaboración de productos de panadería, pastelería o molinería, con el 12,7%, y la elaboración de bebidas como jugos y licores artesanales, con el 12,4%. En conjunto, estas tres actividades agrupan el 38,2% de los emprendimientos encuestados, lo que refleja una mayor orientación hacia productos de alta rotación y demanda permanente en el mercado local.

La presencia de varias actividades con porcentajes menores y similares muestra que existe diversificación en la estructura comercial del casco urbano del cantón Guaranda. Sin embargo, dicha diversidad se mantiene vinculada a negocios de pequeña escala, servicios personales y transformación básica de alimentos. Estos resultados permiten interpretar que la competitividad de los microemprendimientos depende, en gran medida, de la cercanía con el consumidor, la oferta de productos necesarios para la vida diaria y la capacidad de generar valor mediante procesos artesanales. Además, la concentración en alimentos, bebidas y tiendas de abastecimiento evidencia que estos negocios responden a necesidades inmediatas de la población, más que a mercados especializados o de producción industrial.

2. Marque los servicios que ofrece su negocio:

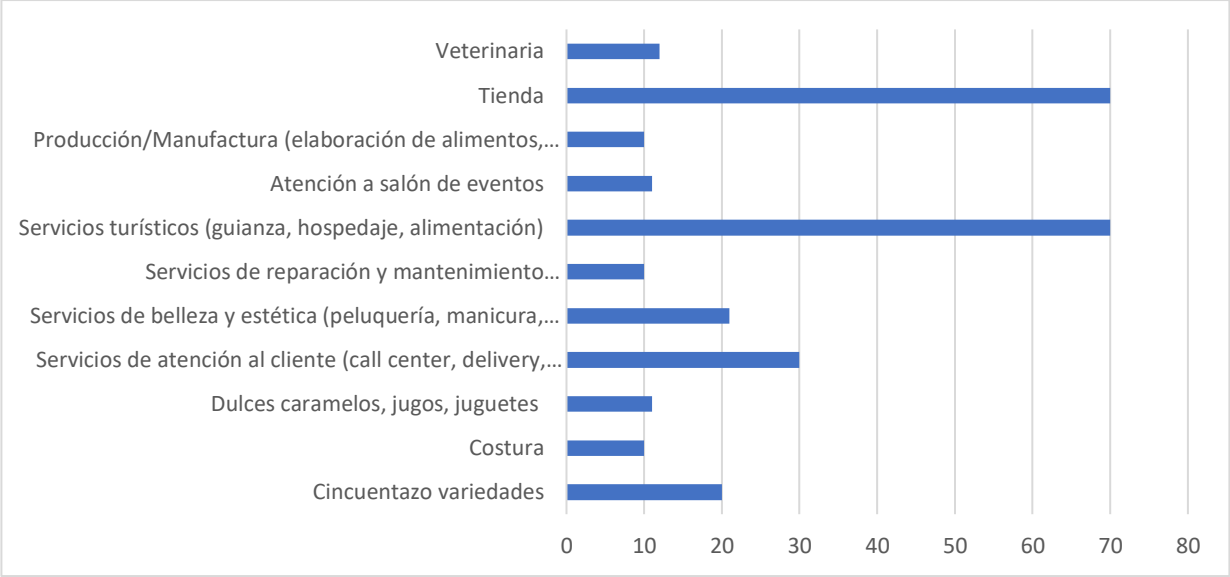
Tabla 6

Servicios

Servicios	Frecuencia	Porcentaje
Cincuentazo variedades	20	7%
Costura	10	4%
Dulces caramelos, jugos, juguetes	11	4%
Servicios de atención al cliente (call center, delivery, mensajería)	30	11%
Servicios de belleza y estética (peluquería, manicura, maquillaje)	21	8%
Servicios de reparación y mantenimiento (electrodomésticos, celulares, vehículos, etc.)	10	4%
Servicios turísticos (guianza, hospedaje, alimentación)	70	25%
Atención a salón de eventos	11	4%
Producción/Manufactura (elaboración de alimentos, artesanías, ropa)	10	4%
Tienda	70	25%
Veterinaria	12	4%
Total	**275**	**100,0%**

Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Figura 3
Servicios



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

En lo que respecta a la oferta comercial de los microemprendimientos, los resultados revelan que los servicios turísticos (guianza, hospedaje, alimentación) y las tiendas tradicionales lideran de forma compartida el mercado con un 25% de participación cada uno, seguidos por los servicios de atención al cliente (calle center, delivery, mensajería) con el 11% y los servicios de belleza y estética con el 8%. Las categorías restantes, que abarcan desde variedades ("Cincuentazo") hasta asistencia técnica y veterinaria que presentan ponderaciones menores que oscilan entre el 4% y el 7%. La distribución evidencia que la mitad del tejido microempresarial del casco urbano de Guaranda basa su competitividad en dos pilares tradicionales: el comercio minorista de primera necesidad y la explotación del potencial turístico de la región.

3 ¿Cuál es el área de su emprendimiento?

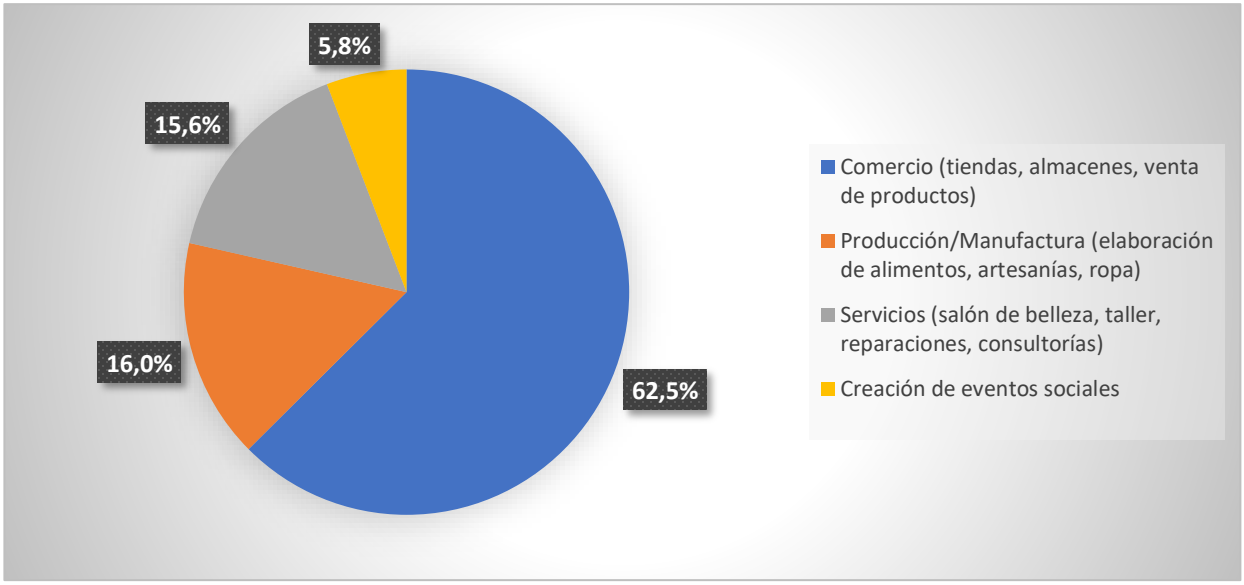
Tabla 7

Área

	Frecuencia	Porcentaje
Comercio (tiendas, almacenes, venta de productos)	172	63%
Producción/Manufactura (elaboración de alimentos, artesanías, ropa)	44	16%
Servicios (salón de belleza, taller, reparaciones, consultorías)	43	16%
Creación de eventos sociales	16	6%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Figura 4
Área



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

En relación con el sector macroeconómico al que pertenecen, los datos demuestran que el área de Comercio (tiendas, almacenes y venta de productos) lidera de forma mayoritaria con un 63% de participación, seguida con un margen idéntico del 16% tanto por el sector de Producción/Manufactura como por el de Servicios, mientras que la Creación de eventos sociales representa la menor proporción con apenas un 6%. La distribución sectorial evidencia que la estructura de competitividad de los microemprendimientos en el casco urbano de Guaranda depende críticamente de actividades de intermediación comercial y reventa, mostrando una menor inclinación hacia la transformación de materia prima o el desarrollo de intangibles especializados.

4 ¿Cuántos empleados trabajan en su emprendimiento?

Tabla 8

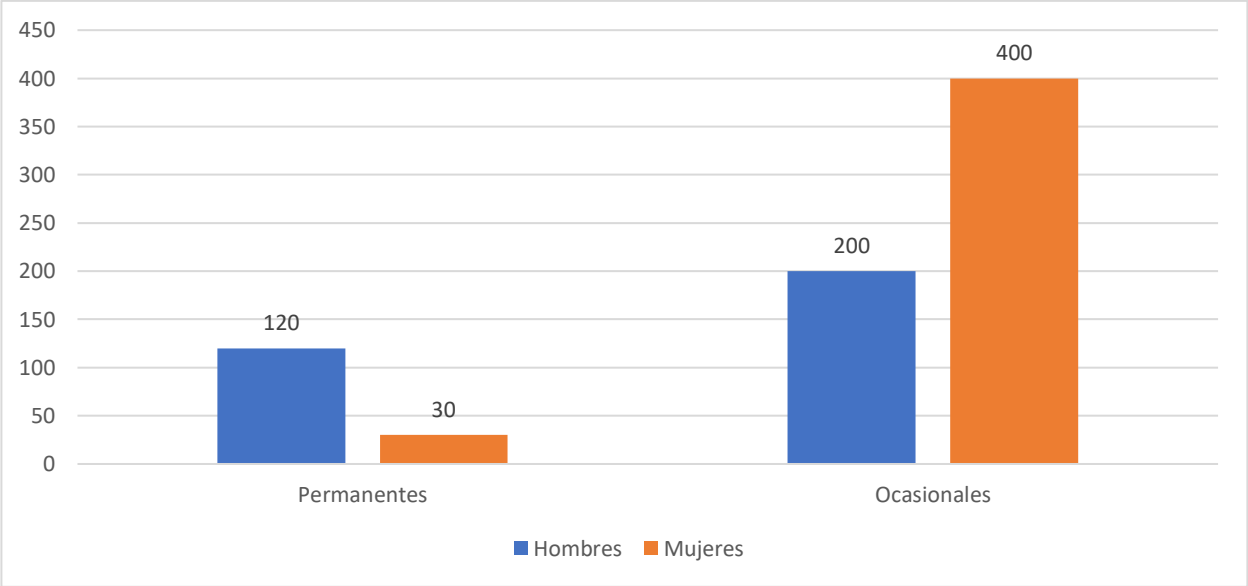
Empleados

	Frecuencia		Porcentaje	
	Hombres	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**
Permanentes	50	50	18%	18%
Ocasionales	100	75	36%	27%
Total	275		**100,0%**	

Elaborado por: Autor

Nota: Encuesta (2026)

Figura 5
Empleados



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Los resultados muestran que los 275 microemprendimientos encuestados reportaron un total de 750 trabajadores, distribuidos entre 320 hombres y 430 mujeres. Del total de empleados, el 80,0 % corresponde a personal ocasional, mientras que el 20,0 % pertenece a trabajadores permanentes, distribución que evidencia una mayor dependencia de mano de obra temporal dentro de los negocios analizados.

La presencia de 600 trabajadores ocasionales refleja una estructura laboral flexible, posiblemente asociada a variaciones en la demanda, temporadas comerciales, actividades de servicios, producción artesanal o apoyo familiar no permanente. A su vez, los 150 trabajadores permanentes muestran que una parte de los microemprendimientos mantiene personal estable, aunque esta condición debe relacionarse con los resultados posteriores sobre afiliación al IESS y cumplimiento de obligaciones patronales, debido a que la permanencia laboral no siempre garantiza formalización.

5 ¿Con que tipo de trabajadores cuenta?

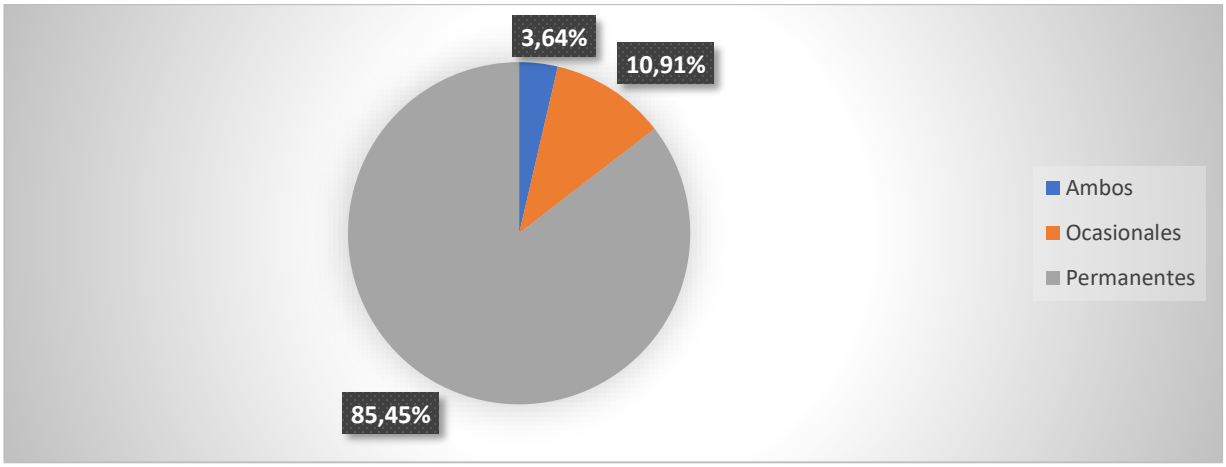
Tabla 9.
Tipo de trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje
Ambos	10	4%
Ocasionales	30	11%
Permanentes	235	85%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor

Nota: Encuesta (2026)

Figura 6.
Tipo de trabajadores



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

En lo concerniente a la composición del personal de los negocios evaluados, los hallazgos demuestran un claro predominio del empleo formal o estable, donde el 85% de los microemprendimientos manifiesta contar exclusivamente con trabajadores permanentes, que supera de forma contundente al 11% que emplea personal netamente ocasional y al 4% que combina ambas modalidades bajo la categoría de "Ambos". La inclinación hacia la estabilidad laboral en las plantillas directas sugiere que a pesar de las fluctuaciones del mercado local, la gran mayoría de los microempresarios del casco urbano de Guaranda apuesta por la continuidad de su personal operativo como una vía para asegurar la estandarización y la calidad en la atención comercial.

6 ¿Los trabajadores son afiliados al IESS-(General/campesino)?

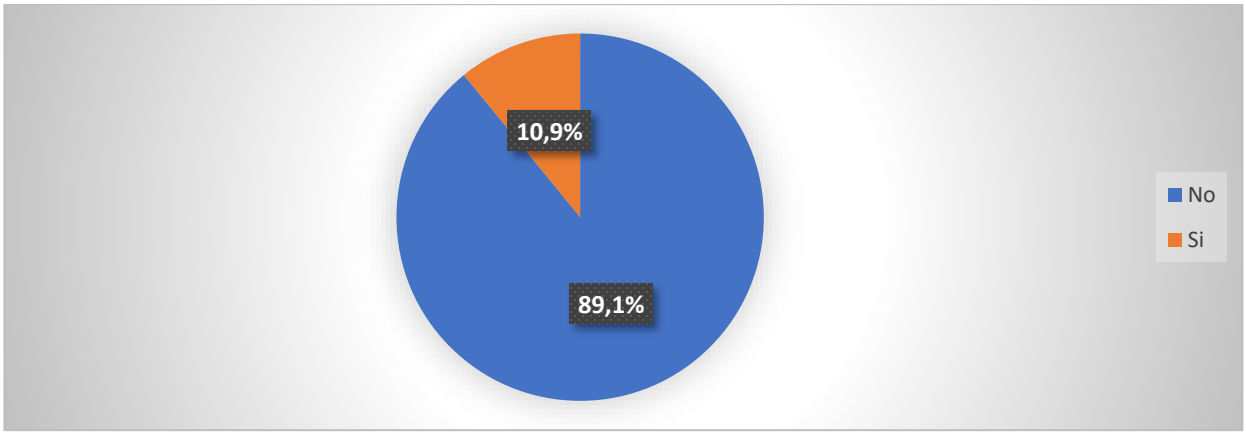
Tabla 10.
Afiliados al IESS

	Frecuencia	Porcentaje
No	245	89,1%
Si	30	10,9%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor

Nota: Encuesta (2026)

Figura 7.
Afiliados al IESS



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

En lo concerniente al cumplimiento de las obligaciones de seguridad social, los datos reflejan una problemática estructural crítica dentro del ecosistema microempresarial, lo cual determina un abrumador 89,1% de los trabajadores que no se encuentra afiliado al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), frente a un reducido 10,9% que sí goza de este beneficio legal. Se evidencia que la competitividad de los microemprendimientos en el casco urbano del cantón Guaranda se sustenta, en gran medida, sobre un modelo de informalidad laboral que reduce los costos operativos directos de los negocios pero que precariza las condiciones del talento humano y limita la sostenibilidad social a largo plazo.

7 ¿Usted está al día en sus obligaciones patronales?

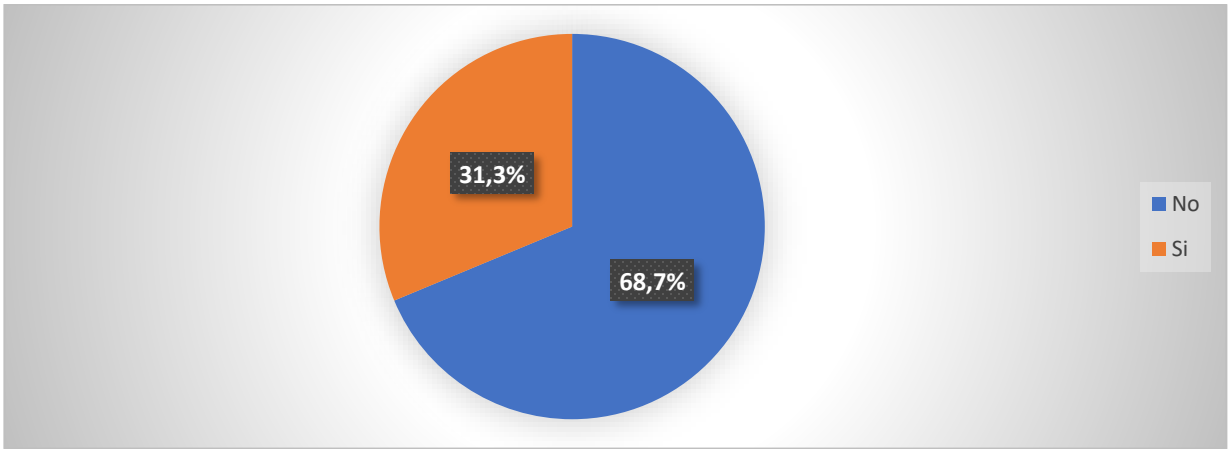
Tabla 11.
Obligaciones patronales

	Frecuencia	Porcentaje
No	189	68,7%
Si	86	31,3%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor

Nota: Encuesta (2026)

Figura 8.
Obligaciones patronales



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

En el nivel de cumplimiento de las obligaciones patronales por parte de los administradores, los resultados indican que un 68,7% de los encuestados reconoce no estar al día con estas responsabilidades legales, en contraste con un 31,3% que afirma mantener su situación regularizada. El panorama complementa el hallazgo de la informalidad laboral previa y revela que más de las dos terceras partes de los microemprendimientos del casco urbano de Guaranda enfrentan barreras financieras, administrativas o de tramitología que les impiden cumplir de forma oportuna con los compromisos patronales normativos.

8 ¿Usted lleva contabilidad en su emprendimiento?

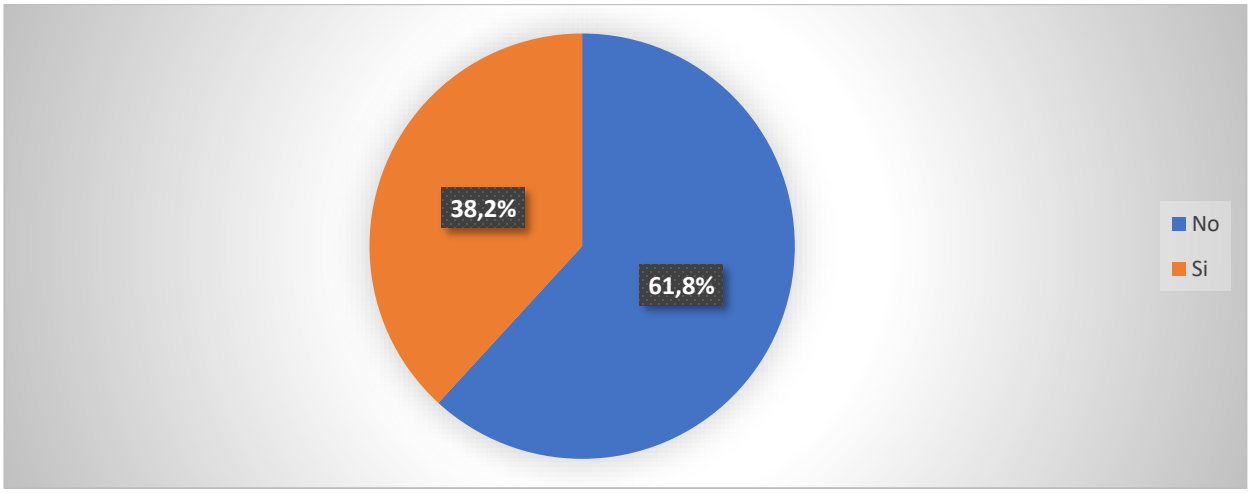
Tabla 12.
Contabilidad

	Frecuencia	Porcentaje
No	170	61,8%
Si	105	38,2%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor

Nota: Encuesta (2026)

Figura 9.
Obligaciones patronales



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Los resultados demuestran que el 61,8% de los microemprendimientos encuestados no lleva contabilidad en su negocio, mientras que el 38,2% restante afirma cumplir con este registro contable. La deficiencia en el control económico formal evidencia que la competitividad de las unidades se ve limitada por una administración, donde la toma de decisiones estratégicas se realiza en gran medida de manera intuitiva y sin el soporte de estados financieros estructurados.

9 ¿Sus obligaciones tributarias lo realiza con:

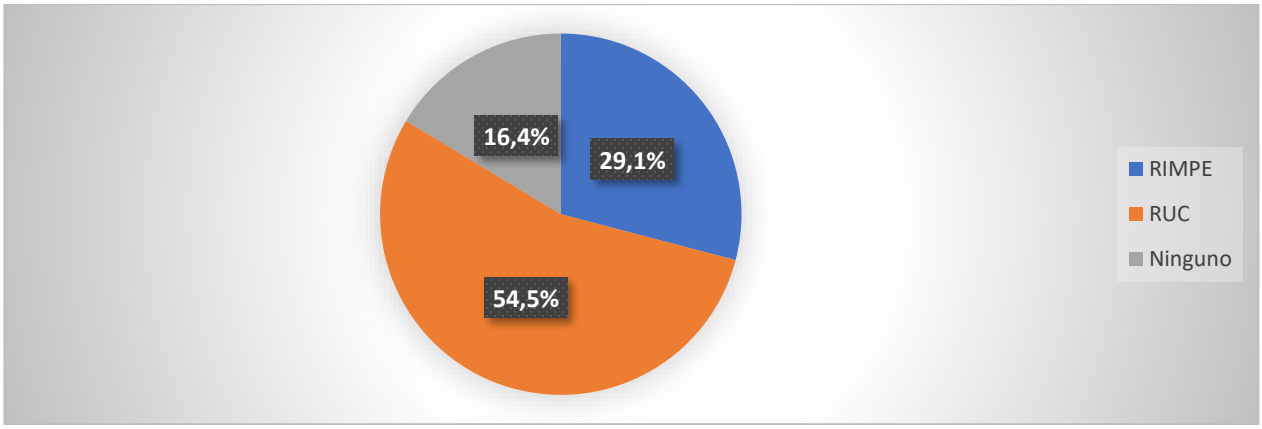
Tabla 13.
Obligaciones tributarias

	Frecuencia	Porcentaje
RIMPE	80	29,1%
RUC	150	54,5%
Ninguno	45	16,4%
Total	275	83,6%

Elaborado por: Autor

Nota: Encuesta (2026)

Figura 10.
Obligaciones tributarias



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Los resultados reflejan que más de la mitad de los microemprendimientos encuestados, equivalente al 54,5%, opera bajo el Régimen General de Registro Único de Contribuyentes (RUC), mientras que el 29,1% lo hace bajo el Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE) y un 16,4% restante declara no utilizar ningún mecanismo tributario ("Ninguno"). La distribución demuestra que, si bien la mayor parte posee un estatus legal registrado 83,6% en conjunto, existe una marcada fragmentación en sus regímenes impositivos y una persistente cuota de informalidad total. Se infiere que el alto porcentaje en el RUC tradicional (54,5%) exige a los microempresarios una mayor carga administrativa y contable que podría restarles agilidad frente al mercado local, mientras que el sector no regularizado (16,4%) se autolimita competitivamente al quedar excluido de transacciones comerciales corporativas, acceso a créditos financieros preferenciales y programas de encadenamiento del sector público.

10 ¿Cuenta con todos los permisos legales para operar?

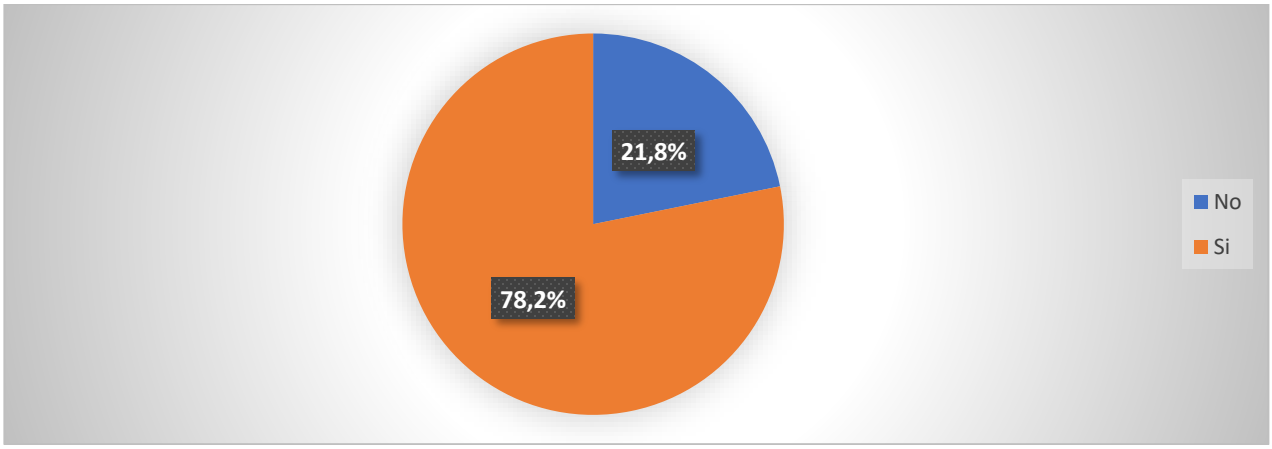
Tabla 14.
Permisos legales

Frecuencia	Porcentaje	
No	60	21,8%
Si	215	78,2%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor

Nota: Encuesta (2026)

Figura 11.
Permisos legales



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Los datos obtenidos demuestran que una mayoría con el 78,2% de los microemprendimientos cuenta con todos los permisos legales necesarios para su funcionamiento, frente a un 21,8% que opera al margen de estas autorizaciones administrativas. La distribución evidencia que, pese a los altos niveles de informalidad laboral detectados previamente en el sector, la gran mayoría prioriza la obtención de licencias locales tales como permisos municipales, de bomberos o sanitarios para blindar la continuidad física y legal de su negocio. Se infiere que contar con la documentación en regla otorga a este 78,2% de los microempresarios una base de competitividad elemental, protegiéndolos contra clausuras y multas que desestabilizarían su flujo de caja.

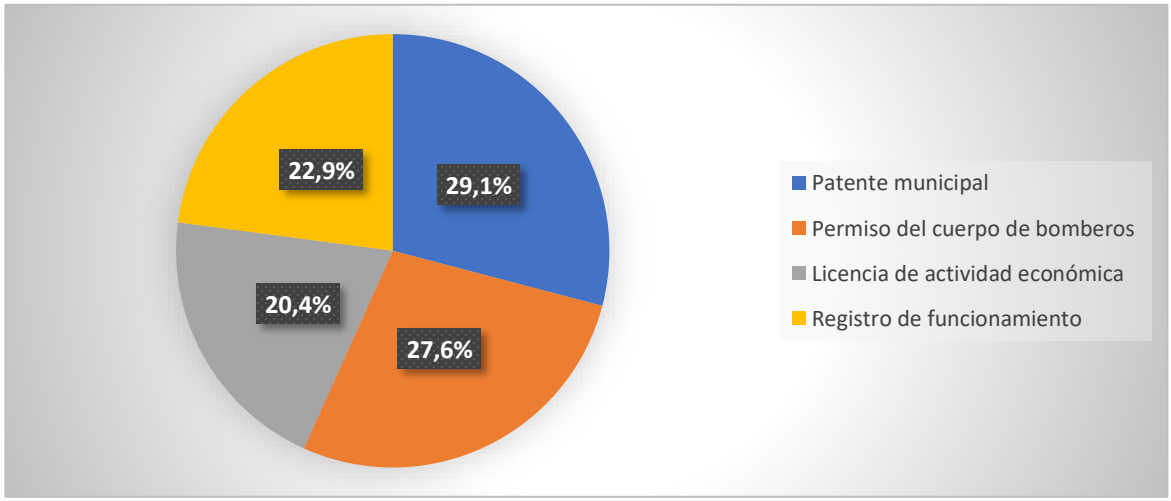
11 ¿Cuál es el tipo de documento legal, con que cuenta?

Tabla 15.
Documento legal

	Frecuencia	Porcentaje
Patente municipal	80	29,1%
Permiso del cuerpo de bomberos	76	27,6%
Licencia de actividad económica	56	20,4%
Registro de funcionamiento	63	22,9%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Figura 12.
Documento legal



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Con respecto al tipo de documentación legal con la que cuentan las unidades comerciales formalizadas los datos reflejan una distribución equilibrada entre los distintos instrumentos regulatorios, destacando la Patente municipal con el 29,1%, el Permiso del cuerpo de bomberos con el 27,6%, el Registro de funcionamiento con el 22,9% y la Licencia de actividad económica con el 20,4%. La paridad porcentual demuestra que los microempresarios que deciden regularizarse no se limitan a cumplir con una sola tasa local, sino que gestionan de forma integral el portafolio de permisos exigidos por los distintos estamentos de control. El comportamiento administrativo fortalece sustancialmente la competitividad operativa del sector puesto que reduce la vulnerabilidad de los negocios frente a auditorías multifacéticas y mejora la seguridad del entorno comercial para los clientes.

12 ¿Para su funcionamiento, cuenta con créditos?

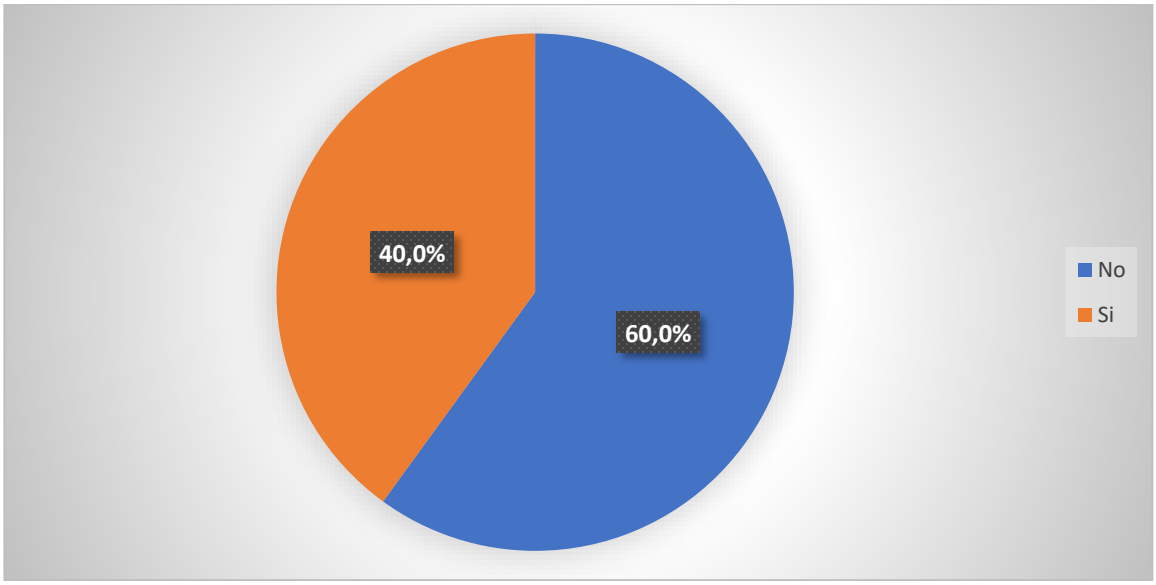
Tabla 16.
Crédito

	Frecuencia	Porcentaje
No	165	60,0%
Si	110	40,0%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor

Nota: Encuesta (2026)

Figura 13.
Crédito



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

En la operatividad de los negocios los resultados determinan que la mayoría de los microemprendimientos corresponden al 60,0% que no cuenta con créditos para su funcionamiento, mientras que el 40,0% restante afirma haber accedido a financiamiento crediticio. La marcada dependencia de recursos propios o fuentes informales de capital por parte de las tres quintas partes del sector evidencia que la competitividad se encuentra limitada por barreras de acceso al sistema financiero regulado o por un alto temor al endeudamiento bajo las condiciones de mercado vigentes. La falta de inyección de capital externo en el 60,0% de los establecimientos frena su capacidad de escala, impidiéndoles invertir en infraestructura tecnológica, inventarios por volumen o campañas de marketing que mejoren su posicionamiento frente a la competencia local.

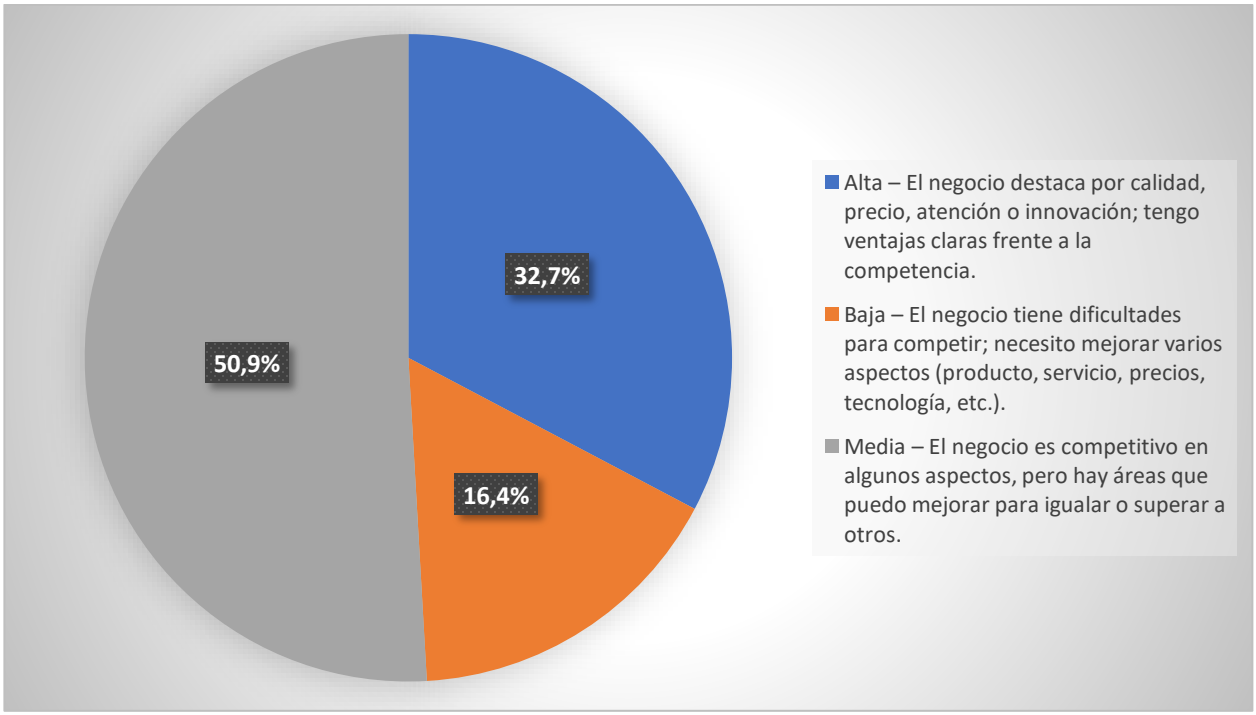
13 ¿Cómo considera usted el nivel de competitividad de su microemprendimiento en comparación con otros negocios similares?

Tabla 17.
Competitividad

	Frecuencia	Porcentaje
Alta – El negocio destaca por calidad, precio, atención o innovación; tengo ventajas claras frente a la competencia.	90	32,7%
Baja – El negocio tiene dificultades para competir; necesito mejorar varios aspectos (producto, servicio, precios, tecnología, etc.).	45	16,4%
Media – El negocio es competitivo en algunos aspectos, pero hay áreas que puedo mejorar para igualar o superar a otros.	140	50,9%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Figura 14.
Competitividad



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Los datos recopilados demuestran que la mitad de los microempresarios encuestados, equivalente al 50,9%, califica su nivel de competitividad como Media, lo cual señala que su negocio es competitivo solo en ciertos aspectos y que aún requiere corregir debilidades para igualar o superar al entorno, por otra parte, el 32,7% considera que posee una competitividad Alta con ventajas claras en calidad, precio o innovación, mientras que el 16,4% restante admite tener una competitividad Baja debido a serias dificultades operativas. La distribución de los datos evidencia que, si bien una tercera parte de las unidades económicas logra consolidar fortalezas comerciales tangibles, la gran mayoría opera en un estado de vulnerabilidad o estancamiento competitivo intermedio.

14 ¿Qué tipo de financiamiento tiene?

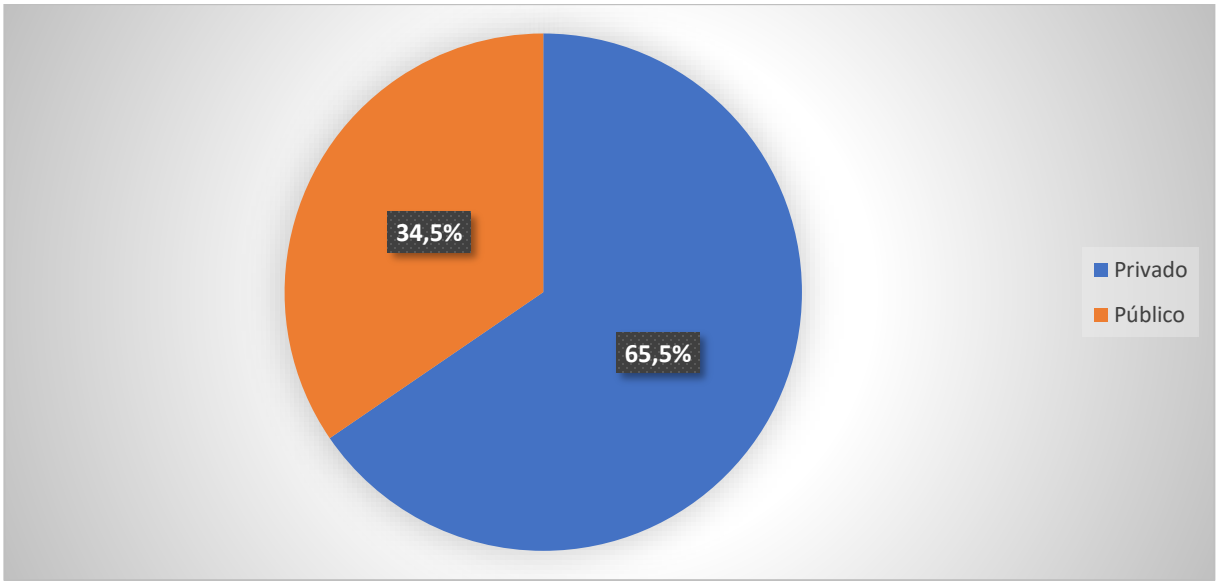
Tabla 18.
Financiamiento

	Frecuencia	Porcentaje
Privado	180	65,5%
Público	95	34,5%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor

Nota: Encuesta (2026)

Figura 15.
Financiamiento



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis De Interpretación

En el capital externo utilizado por las unidades comerciales apalancadas, los resultados indican una clara preferencia hacia el sector financiero privado, el cual otorga crédito al 65,5% de los microemprendimientos, mientras que el sector financiero público cubre el 34,5% restante. La asimetría a favor de la banca privada y las cooperativas de ahorro locales evidencia que la competitividad de los negocios en el casco urbano del cantón Guaranda depende en gran medida de entidades que suelen caracterizarse por procesos de aprobación más ágiles, pero con tasas de interés más elevadas que el circuito estatal.

15 ¿En qué institución financiera obtuvo el crédito?

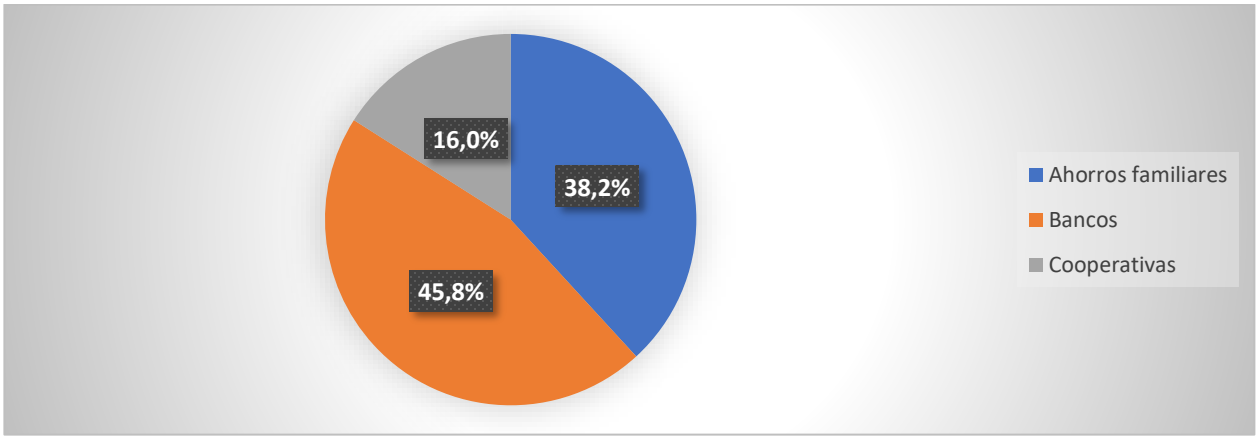
Tabla 19.
Institución financiera

	Frecuencia	Porcentaje
Ahorros familiares	105	38,2%
Bancos	126	45,8%
Cooperativas	44	16,0%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor

Nota: Encuesta (2026)

Figura 16.
Institución financiera



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Los fondos de financiamiento utilizados por las unidades comerciales demuestran que los Bancos lideran como la principal fuente de recursos con el 45,8%, seguidos de cerca por los Ahorros familiares con el 38,2%, mientras que las Cooperativas registran la menor participación con un 16,0%. La configuración de los datos revela que casi la mitad del sector microempresarial depende de la banca tradicional formal para apalancarse, se resalta una proporción sumamente elevada de autofinanciamiento (38,2%), que evidencia las limitaciones o restricciones que experimentan muchos emprendedores para calificar a créditos institucionales de largo plazo. En base a estos resultados, se deduce que la fuerte presencia de los bancos (45,8%) dota de liquidez inmediata a los negocios, pero sus estrictas exigencias normativas y de garantías podrían estar asfixiando la flexibilidad financiera del sector, obligando a una gran parte de los comerciantes a recurrir al patrimonio familiar para subsistir.

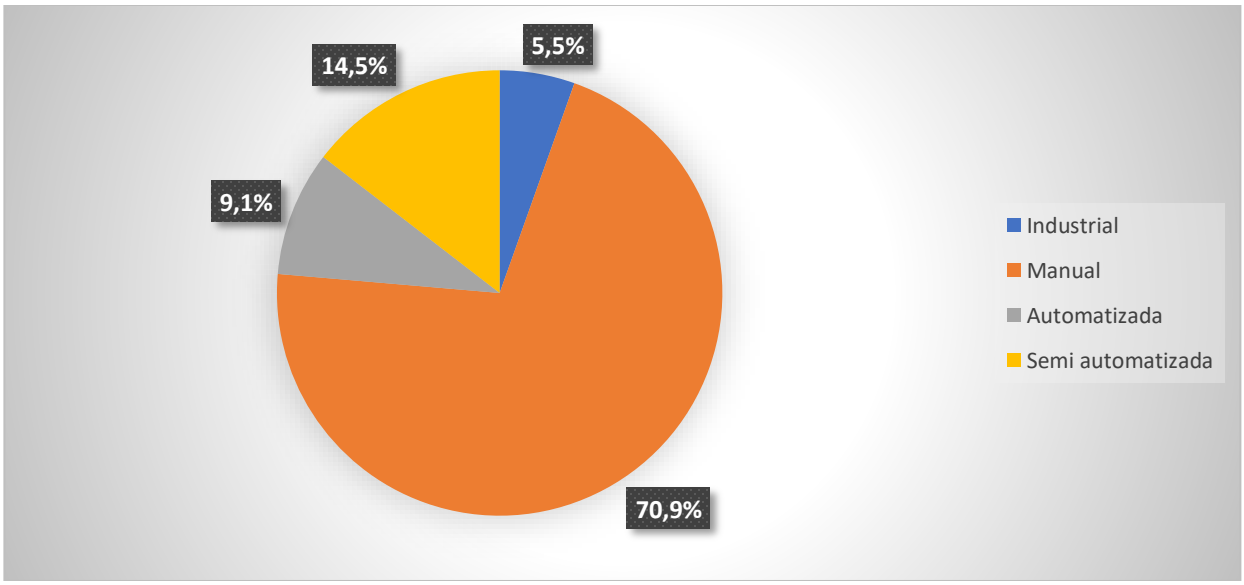
16 ¿Su negocio que tipo de tecnología utiliza en sus procesos?

Tabla 20.
Tecnología

	Frecuencia	Porcentaje
Industrial	15	5,5%
Manual	195	70,9%
Automatizada	25	9,1%
Semi automatizada	40	14,5%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Figura 17.
Institución financiera



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Los hallazgos revelan un predominio absoluto de los procesos de manufactura y comercialización de carácter manual, los cuales abarcan al 70,9% de los encuestados, seguidos muy de lejos por los procesos Semi automatizados con el 14,5%, la tecnología Automatizada con el 9,1% y la maquinaria de escala Industrial con apenas el 5,5%. La concentración masiva en la categoría manual demuestra que la competitividad de los microemprendimientos padece de un fuerte rezago tecnológico, que fundamenta en su producción y servicio en la fuerza de trabajo artesanal o mecánica directa antes que en herramientas digitales o mecánicas de vanguardia.

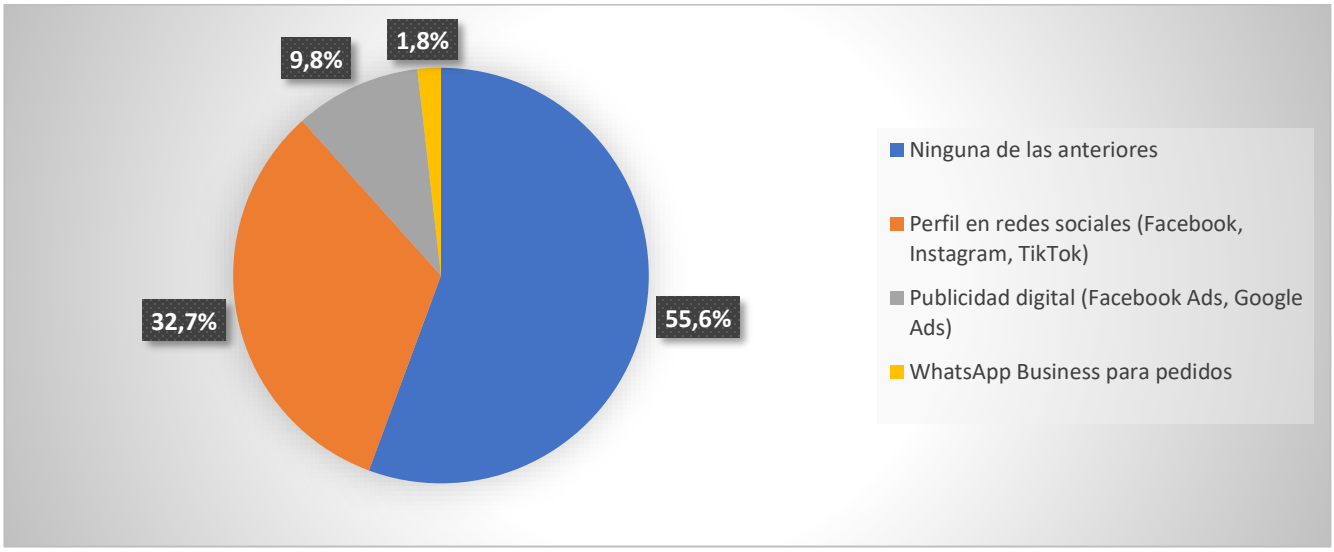
17 ¿En cuáles de las siguientes plataformas o herramientas tiene presencia activa su negocio?

Tabla 21.
Plataformas

	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna de las anteriores	153	55,6%
Perfil en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok)	90	32,7%
Publicidad digital (Facebook Ads, Google Ads)	27	9,8%
WhatsApp Business para pedidos	5	1,8%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Figura 18.
Plataformas



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Los resultados evidencian una importante brecha tecnológica, donde más de la mitad de los microemprendimientos con el equivalente al 55,6%, declara no utilizar "Ninguna de las anteriores" plataformas para promocionar su negocio; en contraste, el 32,7% afirma contar con un Perfil en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok), mientras que la Publicidad digital pagada (Facebook Ads, Google Ads) y el uso de WhatsApp Business registran una adopción minoritaria del 9,8% y 1,8% respectivamente. La ausencia de herramientas de conectividad comercial en el 55,6% del sector demuestra que la competitividad de las unidades se gestiona bajo canales de difusión mayoritariamente tradicionales o de carácter presencial.

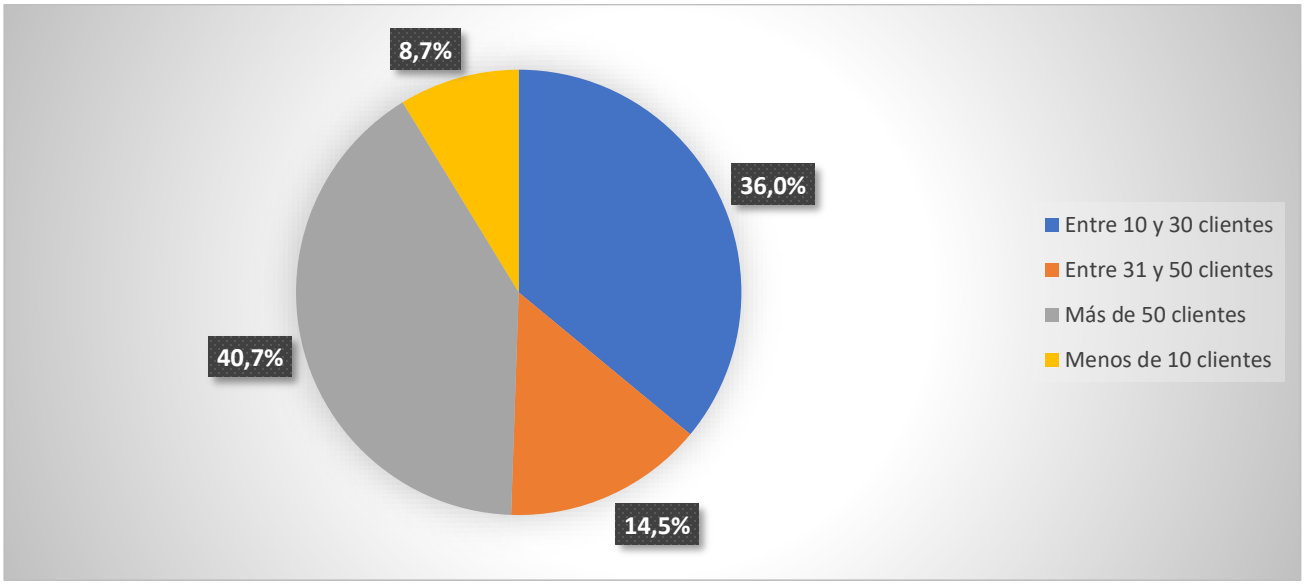
18 ¿Cuántos clientes habituales atiende su negocio en una semana promedio?

Tabla 22.
Clientes habituales

	Frecuencia	Porcentaje
Entre 10 y 30 clientes	99	36,0%
Entre 31 y 50 clientes	40	14,5%
Más de 50 clientes	112	40,7%
Menos de 10 clientes	24	8,7%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Figura 19.
Clientes habituales



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Los resultados demuestran que el 40,7% de los microemprendimientos atiende a Más de 50 clientes, seguido por un 36,0% que recibe Entre 10 y 30 clientes, mientras que los rangos de Entre 31 y 50 clientes y Menos de 10 clientes registran una participación menor con el 14,5% y 8,7% respectivamente. Los datos revelan un escenario polarizado pero dinámico donde una porción mayoritaria del sector logra mantener una base sólida de tráfico comercial que convive con más de una tercera parte de negocios que operan con un volumen de clientela sustancialmente más moderado. En base a estos resultados, el 40,7% con alta afluencia posee una posición competitiva ventajosa basada probablemente en su ubicación geográfica estratégica o en la naturaleza de su actividad comercial de primera necesidad, no obstante, el notable volumen de negocios estancados en rangos inferiores evidencia dificultades para expandir su cuota de mercado debido a la falta de estrategias de marketing y el rezago tecnológico analizados previamente.

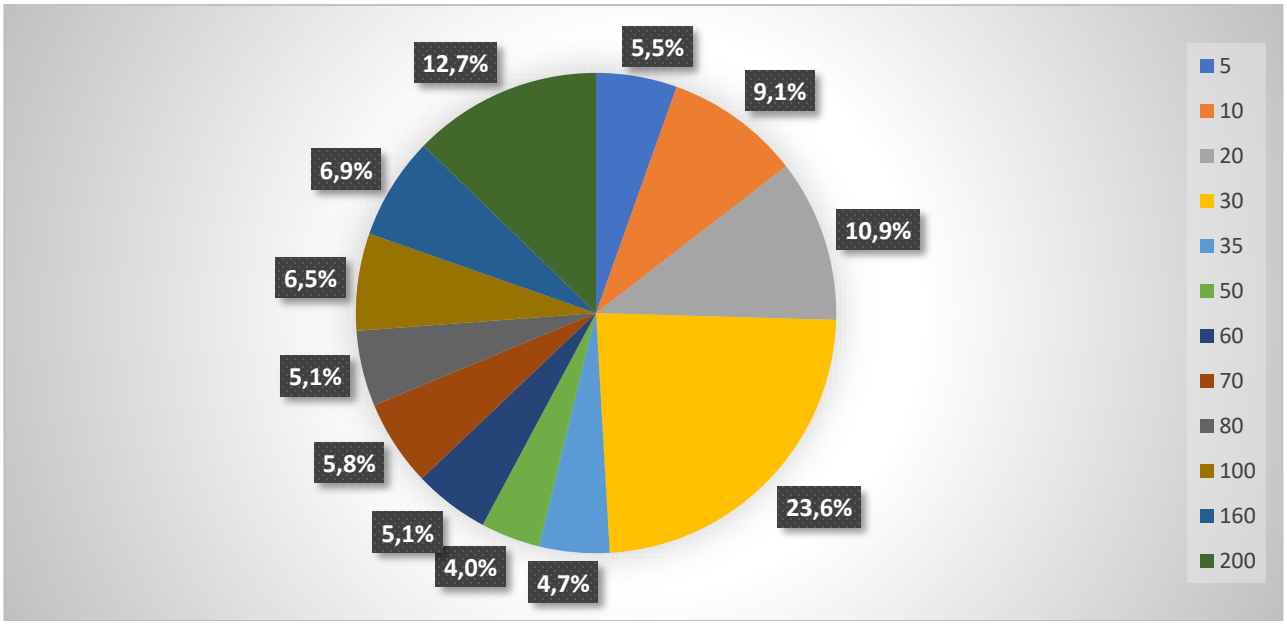
19 ¿En promedio, ¿cuánto vende su negocio DIARIAMENTE (en dólares)?

Tabla 23.
Promedio de venta

Promedio de venta	Frecuencia	Porcentaje
5	15	5,5%
10	25	9,1%
20	30	10,9%
30	65	23,6%
35	13	4,7%
50	11	4,0%
60	14	5,1%
70	16	5,8%
80	14	5,1%
100	18	6,5%
160	19	6,9%
200	35	12,7%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Figura 20.
Promedio de venta



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Se observa una notable concentración en los niveles de facturación menores donde el valor con mayor representatividad corresponde a los $30 diarios, alcanzando un 23,6%, seguido de un 10,9% de negocios que facturan $20 al día. Al consolidar estos rangos, se determina que el 49,1% de la muestra percibe ingresos diarios iguales o inferiores a los $30, lo cual es característico de economías de subsistencia o microempresas con baja densidad de capital y mercados reducidos. Por otro lado, los rangos más altos de la distribución con el 12,7% de los comerciantes manifiesta registrar ventas de $200 diarios, situándose como el segundo grupo más robusto de la investigación. La dualidad en los resultados evidencia la coexistencia de dos realidades comerciales distintas, un sector mayoritario que opera bajo márgenes mínimos de ganancia diaria y un segmento consolidado con capacidades operativas óptimas para generar flujos de caja superiores a los $160 diarios.

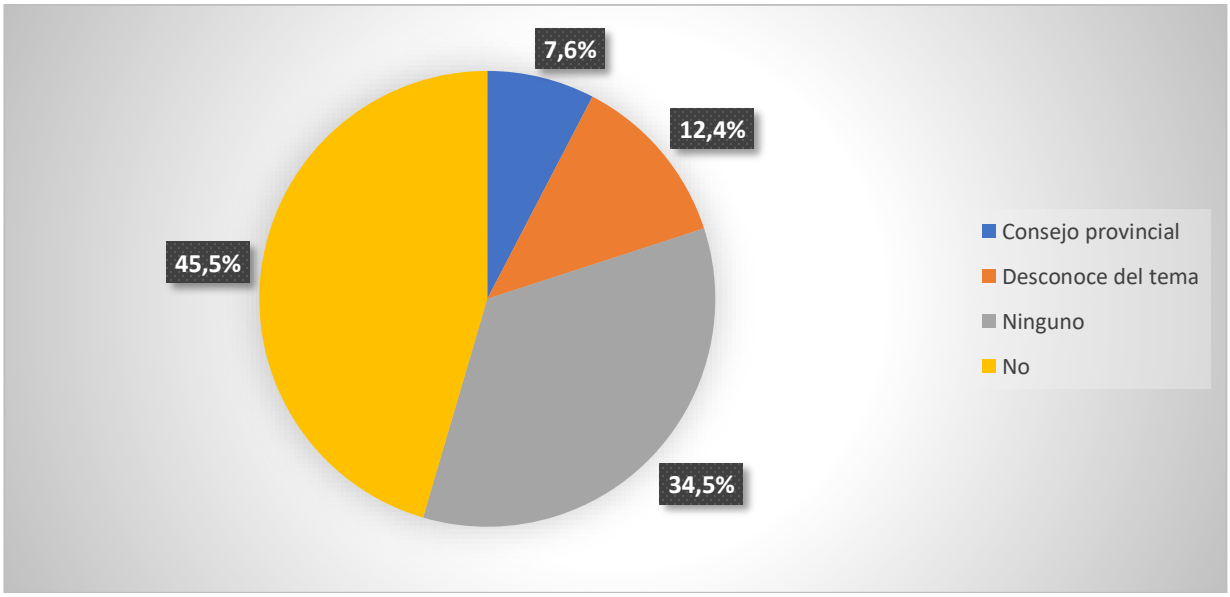
20 ¿Ha recibido algún tipo de apoyo por organizaciones como?

Tabla 24
Apoyo de organizaciones

	Frecuencia	Porcentaje
Consejo provincial	21	7,6%
Desconoce del tema	34	12,4%
Ninguno	95	34,5%
No	125	45,5%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Figura 21.
Apoyo de organizaciones



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Al analizar el nivel de acompañamiento e intervención de organismos públicos o privados en el fortalecimiento de las unidades productivas, se constata un escenario de desatención estructural con un consolidado del 80,0% de los participantes afirmó no haber recibido ningún tipo de apoyo donde el 45,5% respondió directamente de forma negativa y el 34,5% optó por la categoría "Ninguno". La investigación pone de manifiesto deficiencias tanto en la cobertura institucional como en los canales de comunicación de los gobiernos locales. Por un lado, el Consejo Provincial aparece como el único organismo con tracción en el territorio, pero con un alcance marginal que apenas cubre al 7,6% de la muestra. Por el otro, el 12,4% de analfabetismo o desconocimiento respecto a estos programas denota que la oferta pública de fomento productivo adolece de estrategias eficaces de socialización, lo que profundiza la brecha entre las políticas de desarrollo estatal y las necesidades reales de los microempresarios.

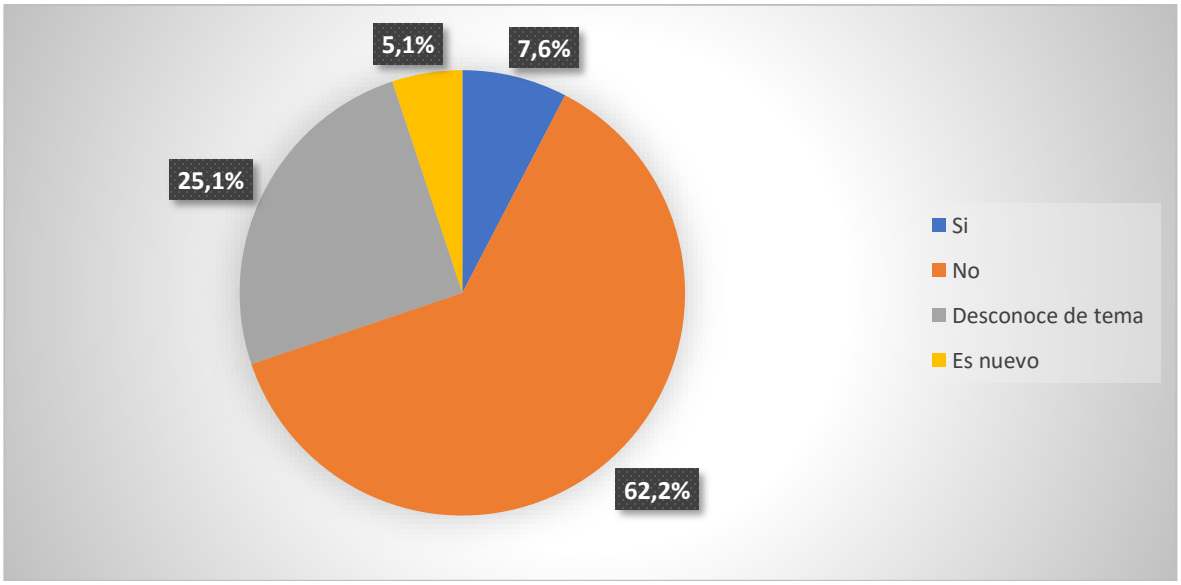
21 ¿Pertenece alguna asociación o red de emprendedores?

Tabla 25.
Asociación o red de emprendedores

	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	7,6%
No	171	62,2%
Desconoce de tema	69	25,1%
Es nuevo	14	5,1%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Figura 22.
Asociación o red de emprendedores



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Se evidencia un escenario marcado por la fragmentación y el trabajo individual. El 62,2% de los microempresarios y comerciantes encuestados declaró no formar parte de ninguna organización gremial o de emprendimiento. Paralelamente, los resultados ponen de manifiesto barreras informativas críticas en el entorno comercial, dado que el 25,1% de los participantes admitió desconocer la existencia o el funcionamiento de este tipo de redes. La suma de quienes no participan y quienes ignoran el tema alcanza el 87,3% de la muestra total. La realidad pone en evidencia la necesidad urgente de que tanto las cámaras de comercio locales como los organismos de desarrollo comunitario promuevan de manera activa espacios de articulación colectiva, prestando especial atención al 5,1% de emprendimientos emergentes que, debido a su reciente creación, aún carecen de vínculos con el ecosistema empresarial estructurado.

22 ¿En los últimos 12 meses, ¿Usted ha innovado o mejorado su negocio de alguna de las? siguientes formas?

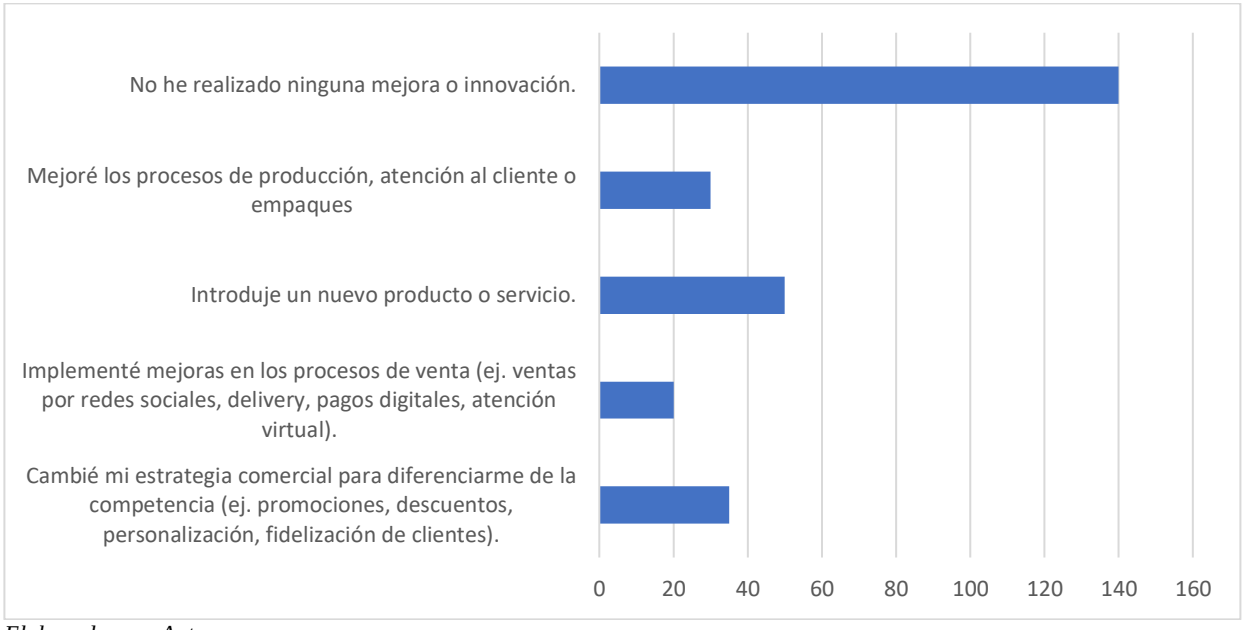
Tabla 26.
Innovación

	Frecuencia	Porcentaje
Cambié mi estrategia comercial para diferenciarme de la competencia (ej. promociones, descuentos, personalización, fidelización de clientes).	35	12,7%
Implementé mejoras en los procesos de venta (ej. ventas por redes sociales, delivery, pagos digitales, atención virtual).	20	7,3%
Introduje un nuevo producto o servicio.	50	18,2%
Mejoré los procesos de producción, atención al cliente o empaques	30	10,9%
No he realizado ninguna mejora o innovación.	140	50,9%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor

Nota: Encuesta (2026)

Figura 23.
Innovación



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Al analizar el comportamiento innovador de los negocios se identifica un panorama de inercia operativa sumamente crítico con el 50,9% de los participantes declaró no haber ejecutado ningún tipo de mejora o innovación en sus establecimientos, dentro del 49,1% que manifestó un comportamiento activo hacia el cambio, la estrategia más recurrente fue la diversificación de la oferta mediante la introducción de nuevos productos o servicios (18,2%), seguida por la reestructuración de estrategias comerciales con un 12,7%. En contraste, los esfuerzos orientados a la optimización de procesos de producción y empaque (10,9%) y la digitalización de los canales de venta y pagos (7,3%) ocuparon los niveles más bajos de adopción. La baja tracción observada en la transformación digital (7,3%) es un indicador de que, a pesar de las tendencias globales de comercio electrónico, los microempresarios locales aún enfrentan barreras estructurales o cognitivas para incorporar herramientas tecnológicas que optimicen sus transacciones y procesos de distribución.

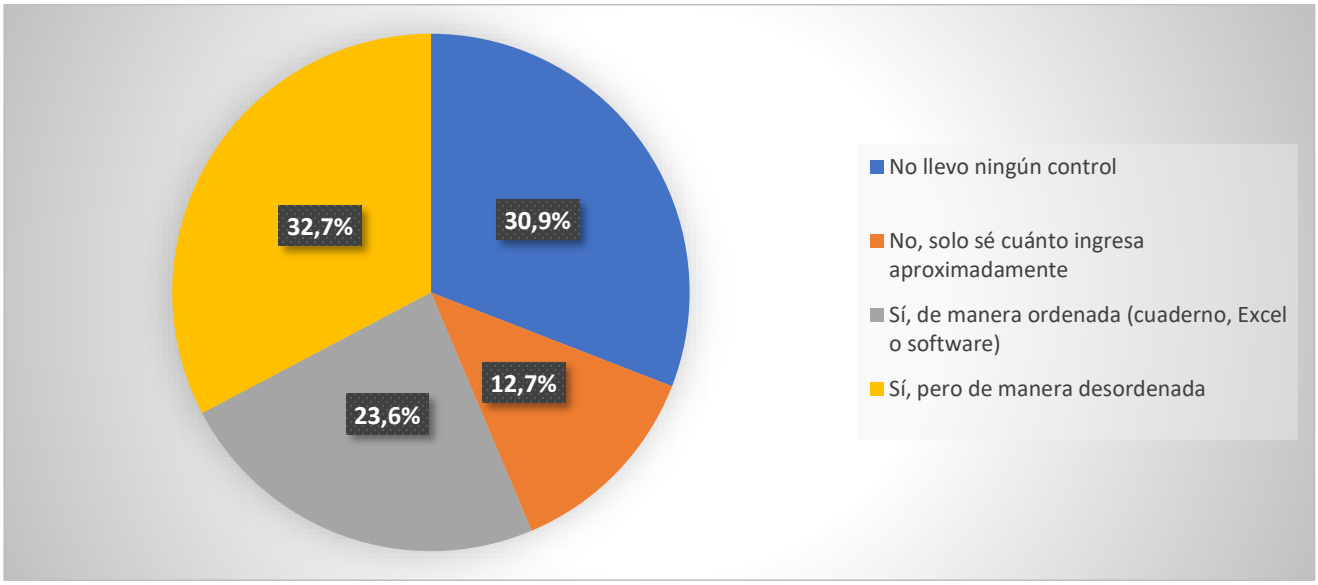
23 ¿Usted lleva algún control o registro de sus ingresos y gastos?

Tabla 27.
Control o registro

	Frecuencia	Porcentaje
No llevo ningún control	85	30,9%
No, solo sé cuánto ingresa aproximadamente	35	12,7%
Sí, de manera ordenada (cuaderno, Excel o software)	65	23,6%
Sí, pero de manera desordenada	90	32,7%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Figura 24.
Control o registro



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Al examinar la gestión financiera interna de las unidades económicas analizadas, se identifica una preocupante tendencia hacia la informalidad administrativa. Un consolidado del 76,3% de los participantes opera bajo esquemas de control deficientes o nulos mientras el 32,7% admite registrar sus cuentas de forma desordenada, el 30,9% no efectúa ningún tipo de seguimiento y un 12,7% se limita a realizar estimaciones superficiales sobre sus ingresos. La carencia de una cultura contable estructurada restringe la capacidad de los microempresarios para identificar fugas de capital, calcular márgenes netos de ganancia y diseñar estrategias de reinversión eficientes, volviéndolos más vulnerables ante entornos económicos adversos. En contraposición a esta realidad, solo el 23,6% de la muestra gestiona sus ingresos y egresos de manera sistemática y organizada mediante soportes físicos o herramientas digitales como hojas de cálculo y softwares especializados.

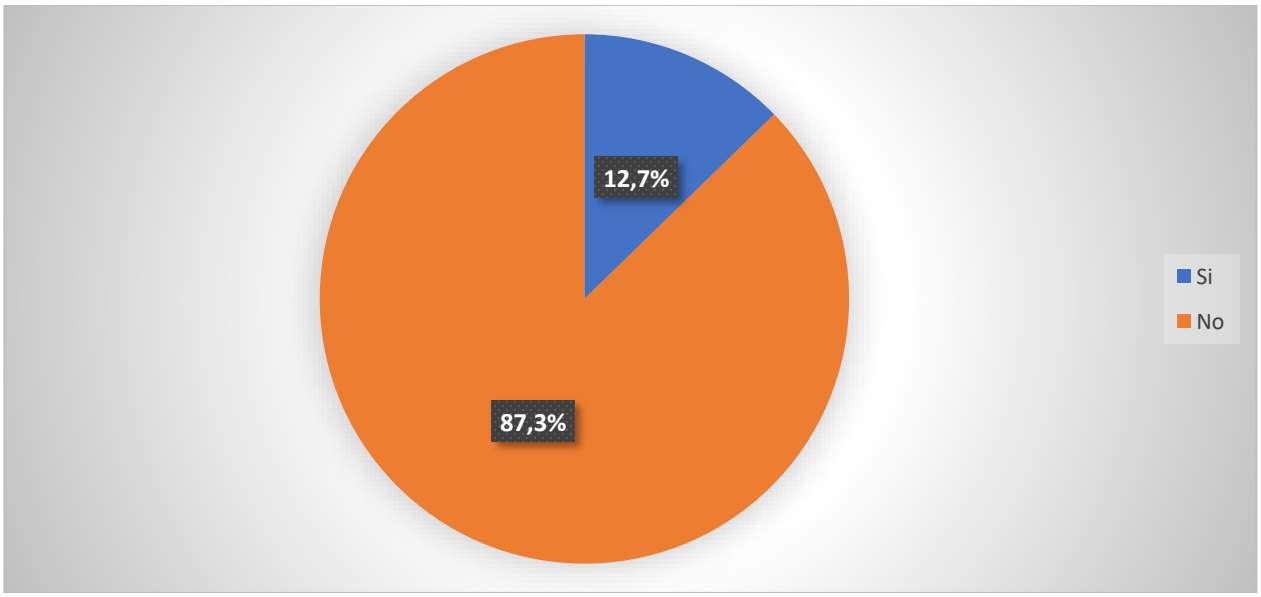
24 ¿Usted utiliza algún sistema informático para los registros de ingresos y gastos?

Tabla 28.
Sistemas informáticos

	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	12,7%
No	240	87,3%
Total	275	100,0%

Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Figura 25.
Sistemas informáticos



Elaborado por: Autor
Nota: Encuesta (2026)

Análisis e Interpretación

Se evidencia un profundo rezago digital que condiciona la modernización del sector. El 87,3% de los participantes declaró no utilizar ningún tipo de software o sistema informático para la administración de sus negocios. Por el contrario, solo el 12,7% de la muestra logrado integrar sistemas informáticos en su operatividad diaria. La marcada asimetría digital confirma que el ecosistema empresarial local aún se encuentra en etapas tempranas de alfabetización y adopción tecnológica, donde el software no es percibido como una inversión estratégica para la productividad, sino como un recurso de difícil acceso o ajeno a la realidad microempresarial.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Título de la propuesta

Estrategias para el fortalecimiento de la competitividad y sostenibilidad de los microemprendimientos en el cantón Guaranda.

5.2 Diagnóstico situacional de la propuesta

Los resultados de la investigación muestran que los microemprendimientos del casco urbano de Guaranda presentan una estructura económica diversa, con predominio de actividades comerciales, servicios y producción artesanal. Sin embargo, también se identificaron debilidades que afectan su competitividad. El 61,8 % de los encuestados manifestó no llevar contabilidad, lo que evidencia deficiencias en el control financiero. Además, el 87,3 % indicó que no utiliza sistemas informáticos, situación que limita la modernización de la gestión interna.

En cuanto a la presencia digital, el 55,6 % de los microemprendimientos no utiliza plataformas como redes sociales, publicidad digital o WhatsApp Business. Este resultado evidencia una brecha tecnológica que afecta la promoción de productos y servicios, así como la captación de nuevos clientes. En innovación, el 50,9 % de los encuestados señaló que no ha realizado mejoras o cambios en su negocio durante los últimos 12 meses, lo que demuestra una limitada capacidad de diferenciación frente a la competencia.

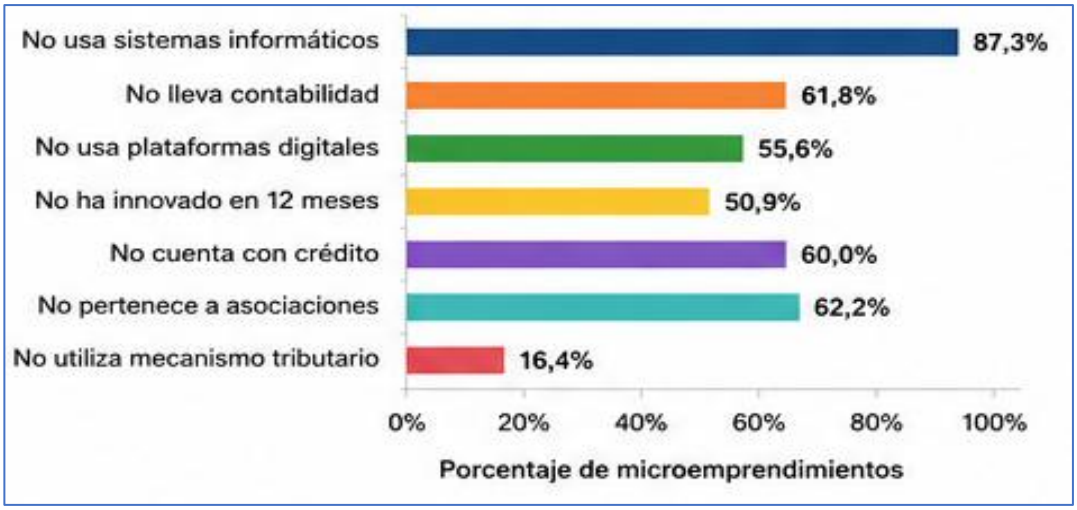
También se identificaron dificultades en el acceso a crédito, debido a que el 60 % de los microemprendimientos no cuenta con financiamiento para su funcionamiento. A esto se suma una baja participación asociativa, ya que el 62,2 % no pertenece a asociaciones o redes de emprendedores. Estos resultados justifican la necesidad de una propuesta integral que combine gestión administrativa, digitalización, innovación, formalización, financiamiento y asociatividad.

Tabla 29.
Matriz de diagnóstico para la formulación de la propuesta

Resultado identificado	Problema central	Consecuencia en la competitividad	Eje de intervención
61,8 % no lleva contabilidad.	Débil control financiero.	Dificultad para conocer ganancias, costos y capacidad de reinversión.	Gestión administrativa y financiera.
87,3 % no usa sistemas informáticos.	Bajo nivel de digitalización interna.	Procesos lentos, desordenados y poco eficientes.	Digitalización básica.
55,6 % no utiliza plataformas digitales.	Baja visibilidad comercial.	Menor captación de clientes y bajo posicionamiento.	Marketing digital.
50,9 % no ha innovado en los últimos 12 meses.	Escasa diferenciación.	Mayor riesgo de estancamiento frente a la competencia.	Innovación comercial.
60 % no cuenta con créditos.	Limitado acceso a financiamiento.	Baja capacidad de inversión y crecimiento.	Educación financiera.
62,2 % no pertenece a asociaciones.	Débil articulación colectiva.	Menor acceso a redes, ferias, información y apoyo institucional.	Asociatividad.
16,4 % no utiliza ningún mecanismo tributario.	Persistencia de informalidad.	Riesgo de sanciones y exclusión de beneficios institucionales.	Formalización progresiva.

Nota. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a microemprendedores del casco urbano de Guaranda, 2026.

Figura 26.
Principales debilidades de los microemprendimientos



Elaborado por: Autor

5.3 Justificación de la propuesta

La propuesta se justifica porque los resultados de la encuesta evidencian que la competitividad de los microemprendimientos no depende únicamente de la existencia de clientes o del tipo de producto ofrecido, sino también de la capacidad de administrar recursos, controlar ingresos, innovar, utilizar tecnología, formalizarse y vincularse con redes de apoyo. Cuando estos elementos son débiles, los negocios enfrentan mayores dificultades para sostenerse, crecer y responder a las exigencias del mercado local.

La falta de contabilidad y registros ordenados limita la toma de decisiones, debido a que muchos emprendedores no conocen con precisión cuánto venden, cuánto gastan y cuál es su utilidad real. Esta situación reduce la posibilidad de planificar inversiones, establecer precios adecuados y acceder a créditos formales. La planificación tributaria y financiera constituye una herramienta relevante para mejorar el uso de los recursos en las microempresas, siempre que se acompañe de capacitación y herramientas aplicables al contexto del emprendedor (Ortiz et al., 2024).

La limitada presencia digital también justifica la propuesta, debido a que los microemprendimientos requieren mayor visibilidad para competir en un mercado donde los clientes utilizan redes sociales, mensajería instantánea y buscadores digitales para tomar decisiones de compra. En este sentido, el marketing digital representa una oportunidad para fortalecer el posicionamiento de los emprendimientos locales, siempre que se implemente de manera sencilla, accesible y adaptada a las capacidades del negocio (Goyes & Bonilla, 2024).

La baja innovación observada en los resultados evidencia la necesidad de promover mejoras en productos, servicios, empaques, atención al cliente y canales de venta. La innovación en pequeños emprendimientos no siempre requiere grandes inversiones; también puede expresarse en cambios prácticos que generen valor para el cliente, diferencien la oferta y mejoren la experiencia de compra (Cedeño et al., 2023). Por ello, esta propuesta busca fortalecer la competitividad desde acciones viables y progresivas.

5.4 Beneficiarios de la propuesta

Los beneficiarios directos de la propuesta son los microemprendedores del casco urbano del cantón Guaranda, principalmente aquellos que presentan limitaciones en control financiero, uso de tecnología, innovación, formalización y acceso a redes de apoyo. Estos actores podrán mejorar la administración de sus negocios, fortalecer su presencia comercial, organizar sus recursos y aplicar estrategias de diferenciación acordes con su realidad económica.

Los beneficiarios indirectos son las familias vinculadas a los microemprendimientos, los clientes locales, las instituciones de apoyo al emprendimiento, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, la Cámara de Comercio, las instituciones financieras y la Universidad Estatal de Bolívar. El fortalecimiento de los microemprendimientos contribuye a dinamizar la economía local, mejorar la oferta de bienes y servicios, generar empleo y promover una cultura empresarial más organizada.

5.5 Estructura de la propuesta

La propuesta se estructura en cinco ejes estratégicos, formulados a partir de las principales debilidades encontradas en la encuesta. Cada eje contiene actividades concretas, responsables sugeridos, tiempo de ejecución, recursos e indicadores de cumplimiento.

Los ejes son los siguientes:

Eje 1. Gestión administrativa y financiera.

Eje 2. Digitalización básica y marketing digital.

Eje 3. Innovación y diferenciación comercial.

Eje 4. Formalización progresiva y educación financiera.

Eje 5. Asociatividad y redes de apoyo.

Figura 27.

Pilares estratégicos de la propuesta



Elaborado por: Autor

5.6 Desarrollo de la propuesta

5.6.1 Eje 1. Gestión administrativa y financiera

El primer eje se orienta al fortalecimiento de la organización interna de los microemprendimientos del casco urbano del cantón Guaranda, considerando que el 61,8 % de los encuestados no lleva contabilidad, mientras que el 76,3 % mantiene registros financieros deficientes, desordenados o inexistentes. Esta situación limita la toma de decisiones, dificulta el cálculo de ganancias reales, reduce la capacidad de planificación y afecta la sostenibilidad de los negocios.

La gestión administrativa y financiera debe abordarse de manera práctica, mediante actividades sencillas que permitan al microemprendedor organizar funciones, planificar ventas, registrar ingresos y gastos, controlar inventarios, calcular costos y revisar periódicamente el desempeño del negocio. Por esa razón, este eje propone acciones de capacitación y acompañamiento técnico con herramientas accesibles, como formatos impresos, hojas de cálculo básicas y fichas de seguimiento.

Tabla 30.
Actividades del eje 1: Gestión administrativa y financiera

Objetivo del eje	Objetivo de la acción	Actividad	Descripción	Presupuesto referencial	Responsables	Indicador de cumplimiento	Fecha a realizar
Fortalecer la gestión administrativa de los microemprendimientos,	Mejorar la organización administrativa del negocio	Taller sobre la elaboración del Plan Estratégico, Plan Operativo	Capacitaciones sobre la planificación estratégica a corto y largo plazo	USD 80,00	Universidad Estatal de Bolívar, GAD Municipal de Guaranda, Cámara de Comercio de Bolívar e Instituto de Economía Popular y Solidaria.	(Número de microemprendedores capacitados / Total de microemprendedores convocados)*100	Enero 2027
Mantener un control financiero de los microemprendimientos mediante herramientas de registro y control. Fortalecer la gestión administrativa y financiera de los microemprendimientos mediante herramientas básicas de planificación, registro y control.	Aplicar instrumentos sencillos para ordenar ventas, compras, gastos y obligaciones del negocio.	Capacitación en cálculo de costos y precios	Elaboración y entrega de una plantilla sencilla para registrar movimientos diarios.	USD 60,00	Equipo técnico de apoyo, estudiantes de vinculación de la Universidad Estatal de Bolívar y microemprendedores participantes.	(Número de capacitaciones realizadas (Número capacitaciones planificadas) *100	Enero 2027
		Control básico de inventarios	Aplicación de una ficha para registrar productos de mayor y menor rotación.	USD 70,00	Universidad Estatal de Bolívar, Cámara de Comercio de Bolívar, docentes del área administrativa y contable.	(Número de inventarios levantados / Total de inventarios) *100	Febrero 2027
TOTAL				**USD210,00**			

El desarrollo de este eje permite atender una de las debilidades más visibles del diagnóstico, relacionada con la falta de registros contables, control financiero y organización administrativa en los microemprendimientos. La aplicación de formatos sencillos de ingresos, gastos, inventarios y planificación semanal puede mejorar la toma de decisiones sin requerir inversiones elevadas ni sistemas complejos.

La ejecución de estas actividades requiere acompañamiento técnico constante, debido a que muchos microemprendedores administran sus negocios de manera empírica. Por esa razón, se considera pertinente articular la participación de la Universidad Estatal de Bolívar mediante proyectos de vinculación, integrando carreras afines a administración, contabilidad, marketing, emprendimiento e informática, con el fin de brindar asesoría práctica y seguimiento directo a los negocios participantes.

Figura 28.
Modelo de plantilla



CONTROL DE INGRESOS Y GASTOS

Negocio: _____ Mes: _____

INGRESOS			GASTOS		
Fecha	Concepto	Valor ($)	Fecha	Concepto	Valor ($)
TOTAL INGRESOS		0,00	TOTAL GASTOS		0,00

UTILIDAD DEL MES	0,00

Elaborado por: Autor

5.6.2 Eje 2. Digitalización básica y marketing digital

El segundo eje se orienta al fortalecimiento de la presencia digital de los microemprendimientos del casco urbano del cantón Guaranda, considerando que el 55,6 % no utiliza plataformas digitales, mientras que el 87,3 % no usa sistemas informáticos. La limitada incorporación de herramientas digitales reduce la visibilidad comercial, dificulta la captación de clientes y restringe las oportunidades de posicionamiento frente a negocios que sí emplean canales de difusión en línea.

La propuesta prioriza herramientas gratuitas, accesibles y de uso frecuente en el mercado local, especialmente Facebook, WhatsApp Business y Google Maps. Facebook permite publicar productos, promociones, horarios y fotografías del negocio; WhatsApp Business facilita la atención directa, pedidos y catálogos; Google Maps mejora la ubicación del establecimiento, mientras que TikTok puede emplearse en negocios con productos visuales o servicios turísticos, gastronómicos, estéticos y artesanales

Tabla 31.

Actividades del eje 2: Digitalización básica y marketing digital

Objetivo del eje	Objetivo de la acción	Actividad	Descripción	Presupuesto referencial	Responsables	Indicador de cumplimiento	Fecha a realizar
Fortalecer la innovación y diferenciación comercial de los microemprendimientos, mediante mejoras prácticas en productos, servicios, presentación y atención al cliente.	Identificar el producto o servicio con mayor demanda o potencial comercial.	Identificación del producto o servicio estrella.	Aplicación de una ficha breve para reconocer el producto o servicio con mayor aceptación, rentabilidad o posibilidad de mejora dentro del negocio.	USD 20,00	Microemprendedores, Universidad Estatal de Bolívar, Cámara de Comercio de Bolívar y equipo técnico de apoyo.	(Número de productos o servicios priorizados / Total de negocios participantes) * 100	Septiembre 2026
	Mejorar la presentación del producto, servicio o establecimiento para fortalecer la experiencia del cliente.	Mejora de presentación, empaque, exhibición e imagen del local.	Revisión y ajuste de aspectos visibles del negocio, como limpieza, orden, exhibición de productos, presentación del servicio, empaque básico e imagen comercial.	USD 80,00	Microemprendedores, estudiantes de vinculación, Universidad Estatal de Bolívar y equipo técnico de apoyo.	(Número de negocios que aplican mejoras visibles / Total de negocios participantes) * 100	Septiembre 2026
	Diseñar promociones locales que permitan atraer y fidelizar clientes.	Diseño de promociones locales.	Elaboración de combos, descuentos por temporada, promociones para clientes frecuentes y ofertas vinculadas con fechas comerciales o festividades del cantón.	USD 60,00	Microemprendedores, Cámara de Comercio de Bolívar, GAD Municipal de Guaranda y equipo técnico de apoyo.	(Número de promociones aplicadas / Total de promociones planificadas) * 100	Abril 2027

Objetivo del eje	Objetivo de la acción	Actividad	Descripción	Presupuesto referencial	Responsables	Indicador de cumplimiento	Fecha a realizar
	Conocer la percepción de los clientes sobre calidad, precio, atención y aspectos por mejorar.	Aplicación de encuesta rápida a clientes.	Diseño y aplicación de una consulta breve, impresa o digital, dirigida a clientes habituales para identificar opiniones sobre atención, producto, precio y presentación.	USD 40,00	Microemprendedores, estudiantes de vinculación y Universidad Estatal de Bolívar.	(Número de clientes consultados / Total de clientes previstos) * 100	Diciembre 2026
	Mejorar la atención al cliente como elemento de diferenciación frente a negocios similares.	Capacitación en atención al cliente y fidelización.	Taller práctico sobre trato al cliente, presentación personal, manejo de reclamos, comunicación comercial, seguimiento a compradores y estrategias sencillas de fidelización.	USD 20,00	Universidad Estatal de Bolívar, Cámara de Comercio de Bolívar, GAD Municipal de Guaranda y microemprendedores participantes.	(Número de microemprendedores capacitados / Total de microemprendedores convocados) * 100	Diciembre 2026
Total				**USD 220,00**			

Elaborado por: Autor

El desarrollo de este eje permite atender la brecha digital identificada en los resultados, especialmente en los microemprendimientos que no utilizan redes sociales, sistemas informáticos ni canales digitales para promocionar sus productos o servicios. La priorización de Facebook, WhatsApp Business y Google Maps responde a la necesidad de emplear herramientas gratuitas, conocidas por la población y aplicables a negocios de comercio, servicios, turismo, alimentos, belleza y producción artesanal.

La aplicación progresiva de estas acciones puede mejorar la visibilidad del negocio, facilitar la comunicación con clientes, ordenar la información comercial y ampliar las posibilidades de venta sin requerir inversiones elevadas. La participación de la Universidad Estatal de Bolívar mediante proyectos de vinculación resulta pertinente para acompañar a los emprendedores en la creación, actualización y seguimiento de sus canales digitales, integrando conocimientos de emprendimiento, comunicación, marketing, informática y administración.

5.6.3 Eje 3. Innovación y diferenciación comercial

El tercer eje busca promover mejoras concretas en productos, servicios, atención al cliente y presentación del negocio. Los resultados muestran que más de la mitad de los encuestados no ha realizado innovaciones durante el último año, lo que limita su capacidad de diferenciarse. En este sentido, la innovación debe entenderse como la aplicación de cambios accesibles que permitan mejorar la experiencia del cliente y aumentar el valor percibido.

Las acciones de innovación pueden incluir nuevos productos, combos, promociones por temporada, empaques más atractivos, atención personalizada, mejoras en exhibición, horarios adaptados o servicios complementarios. La diferenciación es especialmente importante para microemprendimientos que compiten en sectores similares, como tiendas, comida, servicios de belleza, panadería, bebidas, turismo y comercio minorista.

Tabla 32.
Actividades del eje 3: Innovación y diferenciación comercial

Objetivo de la acción	Actividad	Descripción	Presupuesto referencial	Responsables	Indicador de cumplimiento	Fecha
Identificar los productos o servicios con mayor potencial de diferenciación.	Selección del producto o servicio estrella.	Análisis de la oferta de cada negocio para identificar el producto o servicio con mayor aceptación y potencial de diferenciación.	USD 40,00	Universidad Estatal de Bolívar, investigadores.	Número de negocios que identifican su producto o servicio estrella.	mar-27
Mejorar la presentación y calidad de los productos y servicios.	Taller de mejora de presentación y empaquetado.	Capacitación práctica en empaque, diseño, exhibición y calidad percibida para generar mayor valor al cliente.	USD 60,00	Cámara de Comercio de Bolívar, Universidad Estatal de Bolívar y equipo técnico de apoyo.	Número de negocios que aplican estrategias de valor agregado.	abr-27
Desarrollar estrategias de diferenciación frente a la competencia.	Diseño de estrategias de valor agregado.	Asesoría para crear propuestas de valor mediante personalización, servicios complementarios y beneficios para el cliente.	USD 70,00	Cámara de Comercio de Bolívar, consultores externos.	Número de negocios que aplican estrategias de valor agregado.	may-27
Fortalecer la atención y la experiencia del cliente.	Taller de servicio al cliente y fidelización.	Capacitación en atención al cliente, manejo de quejas y estrategias de fidelización.	USD 50,00	Universidad Estatal de Bolívar.	Número de emprendedores capacitados en servicio al cliente.	jun-27
Promover la creatividad e innovación continua en los negocios.	Feria de innovación local.	Organización de una feria para presentar productos innovadores y compartir experiencias exitosas.	USD 80,00	Universidad Estatal de Bolívar, GAD Municipal de Guaranda.	Número de participantes en la feria y productos presentados.	jul-27
Total			**USD 300,00**			

Elaborado por: el Autor

Análisis del eje 3

El eje de innovación y diferenciación comercial se relaciona con una de las debilidades identificadas en el diagnóstico, debido a que el 50,9 % de los microemprendedores no realizó mejoras o cambios en su negocio durante los últimos 12 meses. A la par, las acciones de innovación registradas se concentraron en la introducción de nuevos productos o servicios con el 18,2 %, cambios en la estrategia comercial con el 12,7 %, mejoras en procesos o empaques con el 10,9 % e incorporación de procesos de venta digital con apenas el 7,3 %, datos que reflejan una limitada renovación de la oferta y baja diferenciación frente a negocios similares.

Las actividades planteadas en este eje permiten que cada microemprendedor identifique su producto o servicio con mayor potencial, mejore su presentación, diseñe promociones locales, consulte la percepción de sus clientes y fortalezca la atención como parte de la experiencia comercial. Mediante acciones de bajo costo y aplicación gradual, los negocios pueden generar mayor valor para el consumidor, ampliar su reconocimiento en el mercado local y mejorar su competitividad sin depender de inversiones elevadas.

Figura 29.
Ejemplo de innovación en la presentación



5.6.4 Eje 4. Formalización progresiva y educación financiera

El cuarto eje se orienta a fortalecer la formalización y la educación financiera de los microemprendimientos. Los resultados muestran que una parte de los negocios aún no utiliza mecanismos tributarios formales y que un porcentaje considerable no cuenta con crédito para su funcionamiento. Esta situación limita el acceso a oportunidades institucionales, financiamiento, ferias, contratación con entidades y beneficios dirigidos al sector productivo.

La formalización debe abordarse de manera progresiva, evitando que el emprendedor la perciba únicamente como una carga. La propuesta plantea jornadas informativas sobre RUC, RIMPE, permisos municipales, obligaciones tributarias, beneficios de la formalización y requisitos básicos para acceder a crédito. También se propone orientar a los emprendedores en la elaboración de un plan básico de inversión, con el fin de que identifiquen si necesitan capital para inventario, equipos, publicidad, adecuaciones del local o mejora del producto.

Tabla 33.

Actividades del eje 4: Formalización progresiva y educación financiera

Objetivo del eje	Objetivo de la acción	Actividad	Descripción	Presupuesto	Responsables	Indicador de cumplimiento	Fecha
Fortalecer la formalización progresiva y la educación financiera de los microemprendimientos mediante orientación tributaria, permisos de funcionamiento y planificación básica de inversiones.	Informar sobre los regímenes tributarios y obligaciones fiscales.	Jornada sobre RUC, RIMPE y obligaciones tributarias.	Capacitación sobre registro tributario, beneficios, obligaciones y declaraciones básicas.	USD 60,00	SRI, UEB y Cámara de Comercio de Bolívar.	(Emprendedores capacitados/Convocados) × 100	Abr. 2027
	Orientar sobre los requisitos para operar formalmente.	Orientación sobre permisos de funcionamiento.	Información sobre patente municipal, permisos municipales, Bomberos y registros según la actividad.	USD 50,00	GAD Guaranda, Cámara de Comercio y equipo técnico.	(Negocios orientados/Participantes) × 100	Abr. 2027
	Identificar permisos pendientes para la regularización.	Diagnóstico legal básico del negocio.	Revisión del estado de permisos y elaboración de una ruta de regularización.	USD 50,00	Técnico municipal, asesor legal, UEB y emprendedores.	(Diagnósticos realizados/Participantes) × 100	Abr.-May. 2027
	Fortalecer los conocimientos sobre ahorro, crédito e inversión.	Taller de educación financiera.	Capacitación en ahorro, endeudamiento responsable, planificación financiera e inversión.	USD 80,00	Instituciones financieras, cooperativas, UEB y Cámara de Comercio.	(Participantes capacitados/Convocados) × 100	May. 2027
	Organizar las necesidades de inversión antes del financiamiento.	Elaboración de plan básico de inversión.	Diseño de un formato para definir capital requerido, destino, pago y beneficios esperados.	USD 60,00	Emprendedores, estudiantes de vinculación, UEB y equipo técnico.	(Planes elaborados/Participantes) × 100	May. 2027
Total				**USD 300,00**			

Análisis del eje 4

El eje de formalización progresiva y educación financiera responde a las limitaciones identificadas en los microemprendimientos del casco urbano de Guaranda, especialmente en relación con el cumplimiento tributario, los permisos de funcionamiento y el acceso responsable a financiamiento. La existencia de negocios que aún no utilizan mecanismos tributarios formales, sumada al porcentaje de microemprendimientos que no cuenta con créditos para su funcionamiento, evidencia la necesidad de orientar a los emprendedores mediante información clara, práctica y ajustada a su realidad económica.

La ejecución de este eje permitiría que los microemprendedores comprendan de manera sencilla los beneficios y responsabilidades vinculados con el RUC, RIMPE, permisos municipales, crédito productivo y planificación básica de inversiones. La participación articulada del SRI, GAD Municipal, Cámara de Comercio, instituciones financieras, cooperativas y Universidad Estatal de Bolívar puede facilitar procesos de regularización gradual, reducir el temor al endeudamiento y mejorar la capacidad de los negocios para acceder a oportunidades institucionales, financiamiento formal y programas de fortalecimiento productivo.

Figura 30.
Ruta básica de formalización del microemprendimiento



5.6.5 Eje 5. Asociatividad y redes de apoyo

El quinto eje busca fortalecer la cooperación entre microemprendedores. Los resultados evidencian baja participación en asociaciones o redes, situación que reduce el acceso a información, capacitaciones, ferias, compras conjuntas, alianzas comerciales y oportunidades institucionales. La asociatividad permite que los emprendedores compartan experiencias, reduzcan costos, mejoren su capacidad de negociación y participen en espacios de promoción colectiva.

Se propone crear redes sectoriales de microemprendedores según el tipo de actividad: comercio, alimentos, servicios, turismo, belleza, producción artesanal y manufactura. Estas redes pueden funcionar mediante reuniones periódicas y grupos digitales, con apoyo del GAD Municipal, Cámara de Comercio, Universidad Estatal de Bolívar y otras instituciones locales.

Tabla 34.
Actividades del eje 5: Asociatividad y redes de apoyo

Objetivo del eje	Objetivo de la acción	Actividad	Descripción	Presupuesto referencial	Responsables	Indicador de cumplimiento	Fecha a realizar
Fortalecer la cooperación entre microemprendedores mediante redes sectoriales, ferias locales, espacios de intercambio y canales digitales de apoyo.	Clasificar a los microemprendimientos según su actividad económica para organizar acciones conjuntas.	Identificación de emprendedores por sector económico.	Elaboración de una base de datos organizada por sectores como comercio, alimentos, servicios, turismo, belleza, producción artesanal y manufactura.	USD 40,00	Equipo técnico, Universidad Estatal de Bolívar, GAD Municipal de Guaranda y Cámara de Comercio de Bolívar.	(Número de emprendedores clasificados / Total de emprendedores participantes) * 100	Mayo 2027
Fortalecer la cooperación entre microemprendedores mediante redes sectoriales, ferias locales, espacios de intercambio y canales digitales de apoyo.	Formar grupos de trabajo según actividades similares y necesidades compartidas.	Creación de grupos sectoriales de emprendedores.	Organización de grupos por comercio, servicios, alimentos, turismo y producción, con el propósito de facilitar capacitación, difusión de oportunidades y cooperación entre negocios.	USD 50,00	GAD Municipal de Guaranda, Cámara de Comercio de Bolívar, Universidad Estatal de Bolívar y microemprendedores participantes.	Número de grupos sectoriales creados.	Mayo 2027
Fortalecer la cooperación entre microemprendedores mediante redes sectoriales, ferias	Promover el intercambio de experiencias entre emprendedores locales.	Rueda de intercambio de experiencias.	Desarrollo de un espacio participativo para compartir dificultades,	USD 80,00	Universidad Estatal de Bolívar, GAD Municipal de Guaranda, Cámara de Comercio de	(Número de participantes asistentes / Total de participantes	Mayo 2027

locales, espacios de intercambio y canales digitales de apoyo.			buenas prácticas, necesidades de capacitación, oportunidades comerciales y posibles alianzas entre negocios.		Bolívar y microemprendedores participantes.	convocados) * 100	
Fortalecer la cooperación entre microemprendedores mediante redes sectoriales, ferias locales, espacios de intercambio y canales digitales de apoyo.	Facilitar la participación de los microemprendimientos en espacios de comercialización local.	Vinculación con ferias locales.	Coordinación con instituciones locales para que los microemprendedores participen en ferias, eventos cantonales y espacios de promoción comercial.	USD 100,00	GAD Municipal de Guaranda, Cámara de Comercio de Bolívar y microemprendedores participantes.	(Número de negocios participantes en ferias / Total de negocios convocados) * 100	Junio 2027
Fortalecer la cooperación entre microemprendedores mediante redes sectoriales, ferias locales, espacios de intercambio y canales digitales de apoyo.	Mantener un canal digital de comunicación para difundir capacitaciones, créditos, ferias y oportunidades comerciales.	Creación de red digital de emprendedores.	Creación de un grupo de WhatsApp o Facebook para compartir información institucional, convocatorias, capacitaciones, líneas de financiamiento y actividades comerciales.	USD 40,00	Coordinador designado, GAD Municipal de Guaranda, Cámara de Comercio de Bolívar y microemprendedores participantes.	Red digital creada y activa.	Junio 2027
Total				**USD 310,00**			

Nota. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a microemprendedores del casco urbano de Guaranda, 2026.

El eje de asociatividad y redes de apoyo responde a la baja articulación colectiva identificada en los resultados, debido a que el 62,2 % de los microemprendedores manifestó no pertenecer a ninguna asociación o red de emprendimiento, mientras que el 25,1 % declaró desconocer este tipo de espacios. La ausencia de vínculos organizativos limita el acceso a información, ferias, capacitaciones, programas de financiamiento, cooperación entre negocios y acompañamiento institucional, situación que reduce las posibilidades de fortalecer el aparato productivo local.

La ejecución de este eje permitiría organizar a los microemprendimientos por sectores económicos, generar espacios de intercambio de experiencias y facilitar su participación en ferias locales, redes digitales y programas de capacitación. La intervención conjunta del GAD Municipal, la Cámara de Comercio, la Universidad Estatal de Bolívar y otros actores de fomento productivo puede contribuir a consolidar una red de colaboración permanente, donde los emprendedores accedan a asesoría, oportunidades comerciales y mecanismos de apoyo adaptados a sus necesidades reales.

Figura 31.
Participación en ferias y capacitación de emprendedores



5.7 Cronograma de ejecución

El cronograma de ejecución se organiza en una matriz única dividida por ejes estratégicos, con una planificación de seis meses comprendida entre enero y junio de 2027. La distribución permite visualizar las actividades de forma progresiva, manteniendo relación directa con la estructura de la propuesta.

Tabla 35. Cronograma de actividades de la propuesta

		2026	**2027**							
Eje estratégico	Actividades	9	1	2	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**
Gestión administrativa y financiera	Taller sobre elaboración del Plan Estratégico y Plan Operativo.									
	Capacitación en cálculo de costos y precios.									
	Control básico de inventarios mediante ficha de productos de mayor y menor rotación.									
Digitalización básica y marketing digital	Diagnóstico digital del microemprendimiento.									
	Creación o actualización de página comercial en Facebook.									
	Configuración de WhatsApp Business.									
	Registro o actualización del negocio en Google Maps.									
	Capacitación en fotografía básica con celular.									
	Elaboración de calendario de publicaciones en Facebook y WhatsApp									

	Business.									
	Uso básico de TikTok para productos visuales y servicios turísticos.									
	Seguimiento digital mensual de Facebook, WhatsApp Business y Google Maps.									
Innovación y diferenciación comercial	Identificación del producto o servicio estrella.									
	Mejora de presentación, empaque, exhibición e imagen del local.									
	Diseño de promociones locales.									
	Aplicación de encuesta rápida a clientes.									
	Capacitación en atención al cliente y fidelización.									
Formalización progresiva y educación financiera	Jornada sobre RUC, RIMPE y obligaciones tributarias.									
	Orientación sobre permisos de funcionamiento.									
	Diagnóstico legal básico del negocio.									
	Taller de educación financiera.									
	Elaboración de plan básico de inversión.									

Asociatividad y redes de apoyo	Identificación de emprendedores por sector económico.									
	Creación de grupos sectoriales de emprendedores.									
	Rueda de intercambio de experiencias.									
	Vinculación con ferias locales.									
	Creación de red digital de emprendedores.									
Evaluación de la propuesta	Revisión de indicadores de cumplimiento por eje estratégico.									
	Sistematización de resultados e informe de cierre.									

El cronograma presenta una secuencia progresiva de actividades, iniciando con la organización administrativa y financiera de los microemprendimientos, para luego avanzar hacia digitalización, innovación, formalización y asociatividad. La división por ejes dentro de una sola matriz facilita el seguimiento de la propuesta, sin fragmentar la planificación en varias tablas.

La ejecución entre enero y junio de 2027 permite distribuir las acciones de manera ordenada, evitando concentrar todas las actividades en un solo periodo. La participación coordinada de la Universidad Estatal de Bolívar, el GAD Municipal de Guaranda, la Cámara de Comercio de Bolívar, el SRI, instituciones financieras y cooperativas favorecerá el acompañamiento técnico de los microemprendedores durante la aplicación de la propuesta.

5.8 Presupuesto referencial consolidado

Tabla 36.
Presupuesto estimado de la propuesta

Ejes	Presupuesto referencial	Porcentaje
Gestión administrativa y financiera	USD 210	13 %
Digitalización básica y marketing digital	USD 220	13 %
Innovación y diferenciación comercial	USD	%
Formalización progresiva y educación financiera	USD	%
Asociatividad y redes de apoyo	USD	%
Total, de la propuesta	**USD 1.670,00**	**100,0 %**

Nota. El presupuesto es referencial y puede reducirse, mediante apoyo institucional del GAD Municipal, Universidad Estatal de Bolívar, Cámara de Comercio, SRI, instituciones financieras u organizaciones de fomento productivo.

CONCLUSIONES

1. La revisión teórica demuestra que la competitividad de los microemprendimientos es un fenómeno multidimensional que integra recursos internos conocimiento, redes, reputación, capacidades innovadoras y resiliencia frente a crisis, en el entorno de Guaranda, si bien el marco legal ecuatoriano (Constitución, COPCI, Ley de Emprendimiento y ordenanzas municipales) ofrece un respaldo normativo amplio para el fomento productivo, existe una marcada desarticulación entre este andamiaje legal y su aplicación práctica en el territorio, evidenciada en la persistencia de informalidad tributaria 16,4% sin ningún mecanismo y la escasa cobertura de programas de apoyo institucional, lo que resalta la necesidad de traducir la teoría en herramientas accesibles y adaptadas a la realidad local.

2. El trabajo de campo revela un ecosistema microempresarial concentrado geográfica y sectorialmente 89,8% en Guanujo, 63% en comercio, que adolece de graves debilidades estructurales como la informalidad laboral crítica 89,1% sin afiliación al IESS y 68,7% con obligaciones patronales atrasadas, deficiente gestión financiera 61,8% sin contabilidad y 87,3% sin sistemas informáticos, profunda brecha digital 55,6% sin presencia en plataformas, bajo nivel de innovación 50,9% no ha mejorado su negocio en el último año y escasa asociatividad 62,2% no pertenece a redes. Aunque un segmento minoritario logra consolidarse con ventas superiores a los $200 diarios, la mayoría opera en niveles de subsistencia, con ingresos diarios iguales o inferiores a $30, lo que evidencia una realidad polarizada que limita el desarrollo económico sostenible del cantón.

3. A partir del diagnóstico, se diseñó una propuesta integral estructurada en cinco ejes estratégicos como la gestión administrativa y financiera (control de ingresos, gastos e inventarios), digitalización básica y marketing digital (redes sociales, WhatsApp Business y Google Maps), innovación y diferenciación comercial (mejoras en productos, promociones y atención), formalización progresiva y educación financiera (RUC/RIMPE, permisos y planes de inversión), y asociatividad y redes de apoyo (grupos sectoriales y ferias locales). Por lo que, esta propuesta, de carácter práctico, progresivo y de bajo costo (presupuesto referencial de $1670), aborda las debilidades identificadas y sienta las bases para que los microemprendedores mejoren su competitividad sin depender de grandes inversiones de capital, aprovechando sus capacidades de adaptación y el entorno local.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que la Universidad Estatal de Bolívar, el GAD Municipal de Guaranda, la Cámara de Comercio de Bolívar, el Instituto de Economía Popular y Solidaria, el SRI e instituciones financieras trabajen de manera articulada para establecer acciones concretas dirigidas al fortalecimiento del aparato productivo de los microemprendimientos. Esta coordinación debe orientarse a capacitaciones prácticas, asistencia técnica, ferias locales, formalización progresiva y acceso responsable a financiamiento, procurando que las medidas respondan a las necesidades reales de los negocios del casco urbano.

2. Se recomienda que la Universidad Estatal de Bolívar impulse la creación de un centro de emprendimiento e incubación que integre carreras como administración, contabilidad, marketing, informática, comunicación y emprendimiento, con el propósito de brindar acompañamiento técnico permanente a los microemprendedores. Este espacio puede apoyar la innovación, el autoempleo y la mejora de la gestión de los negocios mediante asesorías, diagnóstico empresarial, capacitación digital, desarrollo de marca, control financiero básico y seguimiento a emprendimientos en etapa inicial.

3. Se recomienda que los microemprendedores adopten medidas prácticas y de bajo costo para mejorar su competitividad, entre ellas el registro ordenado de ingresos y gastos, el uso de redes sociales, WhatsApp Business y Google Maps, la mejora de la atención al cliente, la presentación de productos y la participación en redes o ferias locales. Estas acciones pueden fortalecer la visibilidad comercial, la organización interna y la relación con los clientes, sin depender de inversiones elevadas.

4. Se recomienda que el GAD Municipal de Guaranda y la Cámara de Comercio de Bolívar desarrollen programas de acompañamiento personalizado para los negocios que presentan mayores debilidades en formalización, contabilidad, digitalización e innovación. Dichos programas deben incluir seguimiento periódico, orientación sobre permisos, capacitación tributaria, vinculación con cooperativas o bancos y acceso a espacios de comercialización local.

5. Se recomienda evaluar la aplicación de la propuesta, mediante indicadores relacionados con registros administrativos, uso de herramientas digitales, participación en ferias, formalización, acceso a financiamiento y mejoras comerciales implementadas. Esta evaluación permitirá ajustar las acciones según los avances alcanzados, las dificultades detectadas y las nuevas necesidades de los microemprendimientos del casco urbano de Guaranda.

BIBLIOGRAFÍA

Angulo, Urrutia-Guevara, J. A., & Lach-Tenecota, W. (2025). El crecimiento financiero en las empresas comerciales del Cantón Guaranda. Noesis. Revista Electrónica de Investigación, 7(1), 433–450. https://doi.org/10.35381/noesisin.v7i1.403

Arellano, & Torres. (2024). Análisis de los factores que afectan la permanencia en el mercado de los emprendimientos en el cantón Guaranda. Reincisol., 3(6), 3701–3717. https://doi.org/10.59282/reincisol.v3(6)3701-3717

Asamblea Constituyente. (2008). CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. In Registro Oficial (Vol. 449, Number 20). https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Repu blica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Chang. (2024). Análisis Jurídico del Sector No Financiero de la Economía Popular y Solidaria en Ecuador basado en el Proyecto Nuevo Amanecer de Guaranda. NULLIUS: Revista de Pensamiento Crítico En El Ámbito Del Derecho, 5(1), 43–56. https://doi.org/10.33936/revistaderechos.v5i1.6710

Farfán, Chavez Vera, S. V., Díaz Rodríguez, B. F., Briones Cedeño, K. L., & Iman Zambrano, S. M. (2025). Degradación de la vida: análisis del incremento de la violencia en el Ecuador entre los años 2021 – 2022. NULLIUS Revista de Pensamiento Crítico En El Ámbito Del Derecho, 6(1), 118–134. https://doi.org/10.33936/nullius.v6i1.7711

Goyes, & Bonilla. (2024). Marketing digital: un desafío para el emprendimiento en Guaranda. Reincisol., 3(6), 4040–4063. https://doi.org/10.59282/reincisol.v3(6)4040-4063

INEC. (2024). Qué es el ANDA ? Ecuador-Registro Estadístico de Empresas 2024, (Semi-definitivo). file:///C:/Users/Usuario/Downloads/anda_inec.gob.pdf

López, López Rodríguez, S. A., Pinzón Hoyos, B., & Vásquez Bernal, O. A. (2023). Turismo médico en Colombia: dinámica y ventaja competitiva. Revista CEA, 9(20), e2407. https://doi.org/10.22430/24223182.2407

Loyola, & Cordero. (2022). Régimen simplificado para emprendedores y negocios populares. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 7(1), 734. https://doi.org/10.35381/r.k.v7i1.1886

Marroquín, Padilla-Avalos, C.-A., & Hernández Sampieri, R. (2023). Fundamentos metodológicos para investigación clínica en estomatología. Revista Estomatológica Herediana, 33(1), 56–61. https://doi.org/10.20453/reh.v33i1.4435

Pérez, Quezada-Orjuela, J., & Guzmán-Arias, R. (2023). Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación para la búsqueda de estrategias de internacionalización de las empresas camaroneras de la provincia de El Oro. 593 digital Publisher CEIT, 8(3), 368–382. https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1745

Püschel. (2022). Bringing science together. The desirability of a combined research methodology in the social sciences. Estudios Pedagógicos, 48(2), 267–294. https://doi.org/10.4067/S0718-07052022000200267

Quintanilla, Lorena Salinas Falquez, S., Fiallos Veintimilla, H., & Ernesto Chagerben Salinas, L. (2025). Artículo de Revisión Una revisión sistemática de la normativa tributaria dirigida a los emprendedores y microempresarios del Ecuador. A systematic review of tax regulations aimed at entrepreneurs and microentrepreneurs in Ecuador. https://doi.org/10.59814/resofro.2025.5(3)e716

Rodríguez. (2022). REVISTA FAECO SAPIENS Norbis Mujica Chirinos. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/faeco,+3+AUGUSTO+Y+NORBIS_3.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Formato de encuestas

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MICROEMPRENDEDORES

DEL CASCO URBANO DE GUARANDA

Objetivo: Conocer la situación actual de los microemprendimientos y su nivel de competitividad en el casco urbano del cantón Guaranda, provincia de Bolívar, año 2026.

Instrucción: Lea detenidamente cada una de las preguntas, sírvase marcar con una X la opción que mejor refleje la realidad de su negocio. La información es confidencial y con fines académicos.

CUESTIONARIO

Datos informativos del emprendimiento

a) Nombre de la Parroquia: …….....
b) Nombre del Emprendimiento: …….....
c) Fecha de creación:……....
d) Dirección: ……
e) Nombre del representante legal: ……..

Sección 1: Características del Microemprendimiento y Formalización

1. ¿Qué tipo de productos ofrece?

Producto	**Marque con X**
Elaboración de productos lácteos (quesos, yogurt, etc.)	( )
Elaboración de bebidas (jugos, licores artesanales, etc.)	( )
Elaboración y conservación de carnes, frutas u hortalizas	( )
Elaboración de productos de panadería, pastelería o molinería	( )
Fabricación de artesanías, muebles o productos de madera	( )
Fabricación de prendas de vestir, textiles o calzado	( )

Otros productos (especifique): _____ _____ _____

2. **Marque los servicios que ofrece su negocio:**

Servicios de reparación y mantenimiento (electrodomésticos, celulares, vehículos, etc.)	**( )**
Servicios de belleza y estética (peluquería, manicura, maquillaje)	**( )**
Servicios de salud (consulta médica, enfermería, odontología, psicología)	**( )**
Servicios educativos (clases particulares, guardería, capacitación)	**( )**
Servicios turísticos (guianza, hospedaje, alimentación)	**( )**
Servicios de consultoría o asesoría (contable, legal, empresarial)	**( )**
Servicios de atención al cliente (call center, delivery, mensajería)	**( )**
Otros servicios especifiquen: _____ _____ _____	

3. **¿Cuál es el área de su emprendimiento?**

( ) Comercio (tiendas, almacenes, venta de productos)
( ) Servicios (salón de belleza, taller, reparaciones, consultorías)
( ) Producción/Manufactura (elaboración de alimentos, artesanías, ropa)
( ) Otro: _____

4. **¿Cuánto tiempo lleva funcionando su negocio?**

_____
_____

5. **¿Con que tipo de trabajadores cuenta?**
   Permanentes: _____ Ocasionales: _____ Ambos _____
6. **¿Cuántos empleados trabajan en su emprendimiento?**

Tipo/sexo	**Hombres**	**Mujeres**
Permanentes	_____	_____
Ocasionales	_____	_____

7. **¿Los trabajadores son afiliados al IESS-(General/campesino)? Sí _____ No_____**
8. **¿Usted está al día en sus obligaciones patronales? Sí _____ No_____**
9. **¿Usted lleva contabilidad en su emprendimiento?**
   Si _____ No _____
   Si su respuesta es no, ¿Indique por qué?

_____
_____
_____

10. ¿Sus obligaciones tributarias lo realiza con:

RUC _____ RIMPE _____

11. ¿Cuenta con todos los permisos legales para operar?

Si _____ No _____

Si su respuesta es no, ¿Indique por qué?, y pase a la pregunta 13

_____
_____

12. ¿Cuál es el tipo de documento legal, con que cuenta?:

- Patente municipal ☐
- Licencia de actividad económica ☐
- Registro de funcionamiento ☐
- Permiso del cuerpo de bomberos ☐
- Afiliado a la Camara de Comercio de Bolivar ☐ ☐
- No tengo ningún registro formal

13. Para su funcionamiento, cuenta con créditos

Si _____ No _____

Si su respuesta es no, ¿Indique por qué?

_____
_____

14. ¿Cómo considera usted el nivel de competitividad de su microemprendimiento en comparación con otros negocios similares?

( ) **Alta** – El negocio destaca por calidad, precio, atención o innovación; tengo ventajas claras frente a la competencia.

( ) **Media** – El negocio es competitivo en algunos aspectos, pero hay áreas que puedo mejorar para igualar o superar a otros.

( ) **Baja** – El negocio tiene dificultades para competir; necesito mejorar varios aspectos (producto, servicio, precios, tecnología, etc.).

15. ¿Qué tipo de financiamiento tiene?

Público ☐ Privad☐

16. ¿En qué institución financiera obtuvo el crédito?

Bancos ☐

Cooperativas ☐

Ahorros familiares ☐
Nacionales ☐

Sección 2: Uso de Tecnología y Medios de Difusión

17. Su negocio que tipo de tecnología utiliza en sus procesos:

( ) Manual
( ) Industrial
( ) Automatizada
( ) Semi automatizada

18. ¿En cuáles de las siguientes plataformas o herramientas tiene presencia activa su negocio?

( ) Perfil en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok)
( ) Publicidad digital (Facebook Ads, Google Ads)
( ) Software de gestión (inventario, facturación, contabilidad)
( ) WhatsApp Business para pedidos
( ) Ninguna de las anteriores

Sección 3: Posicionamiento en el Mercado y Competitividad

19. ¿Cuántos clientes habituales atiende su negocio en una semana promedio?

( ) Menos de 10 clientes
( ) Entre 10 y 30 clientes
( ) Entre 31 y 50 clientes
( ) Más de 50 clientes

20. ¿Cómo han sido sus ventas en comparación con los dos años anteriores?

( ) Han aumentado significativamente
( ) Han aumentado ligeramente
( ) Se mantienen igual
( ) Han disminuido
( ) No sé / No tengo registro

21. En promedio, ¿cuánto vende su negocio DIARIAMENTE (en dólares)?

Aproximadamente: $ _____

22. ¿Usted considera que su negocio es reconocido o conocido por los clientes en el barrio o ciudad?

( ) Sí, mucho (es un referente)
( ) Sí, algo (me reconocen algunos)
( ) No, muy poco conocido
( ) No, no me reconocen

23. Ha recibido algún tipo de apoyo por organizaciones como:

( ) Maquita Cusunchi,
( ) IEPS,
( ) Municipio,
( ) Consejo provincial,
otras:describa_____
_____
_____

24. ¿Pertenece alguna asociación o red de emprendedores?

Si _____ No _____

Si su respuesta es no, ¿Indique por qué?

_____

_____

_____

25. Apoyo recibido por parte de las Instituciones Gubernamentales

Apoyo mínimo ( )

Apoyo regular ( )

Buen apoyo ( )

Excelente apoyo **(**)

26. En los últimos 12 meses, ¿Usted ha innovado o mejorado su negocio de alguna de las siguientes formas?

( ) Introduje un nuevo producto o servicio.
( ) Mejoré los procesos de producción, atención al cliente o empaques.
( ) Implementé mejoras en los procesos de venta (ej. ventas por redes sociales, delivery, pagos digitales, atención virtual).
( ) Cambié mi estrategia comercial para diferenciarme de la competencia (ej. promociones, descuentos, personalización, fidelización de clientes).
( ) Incorporé herramientas tecnológicas para la gestión del negocio.
( ) No he realizado ninguna mejora o innovación.

Sección 4: Gestión administrativa y resiliencia

27. ¿Usted lleva algún control o registro de sus ingresos y gastos?

( ) Sí, de manera ordenada (cuaderno, Excel o software)
( ) Sí, pero de manera desordenada
( ) No, solo sé cuánto ingresa aproximadamente
( ) No llevo ningún control

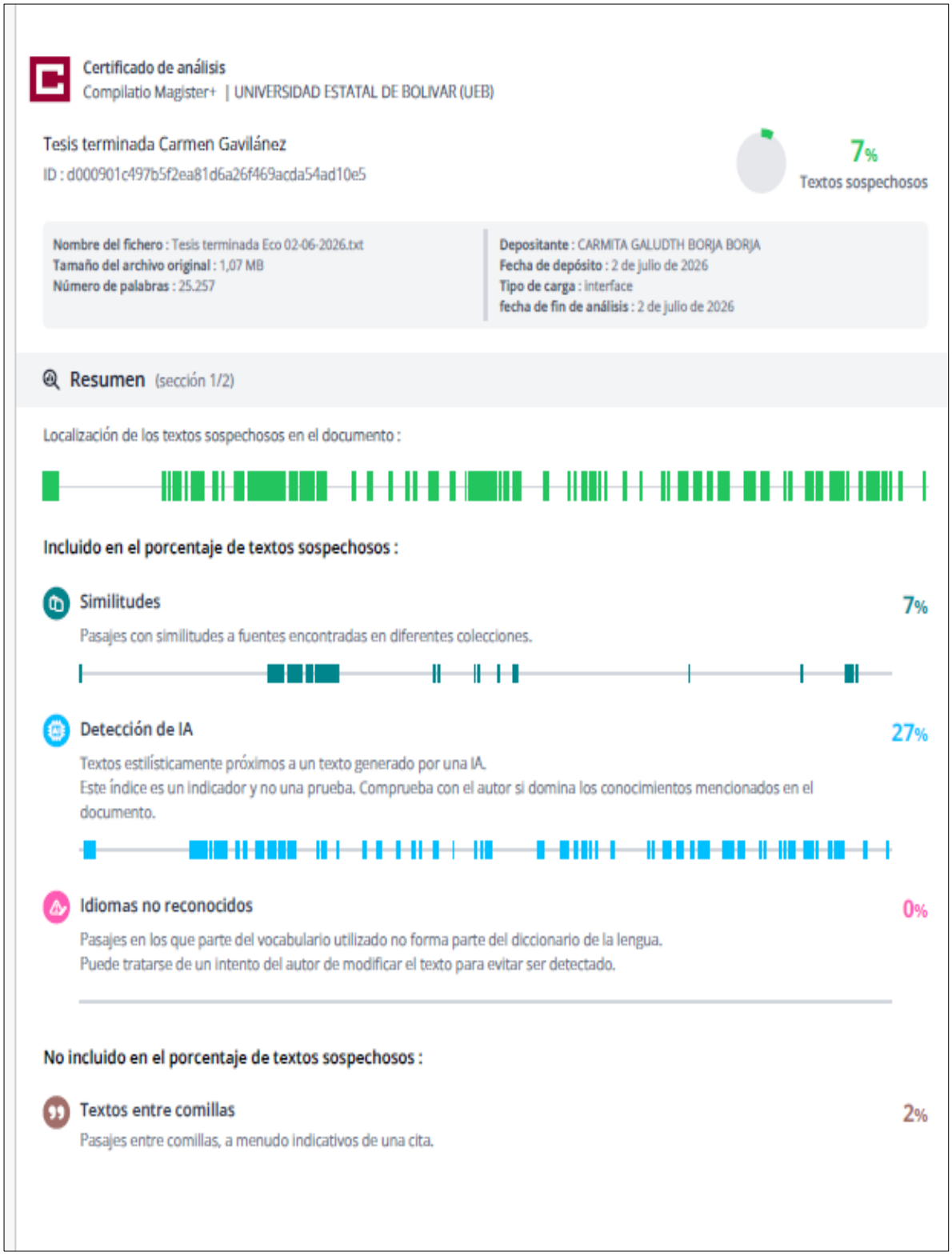
28. ¿Usted usa sistemas informáticos?

( ) Sí,
( ) No

Si su respuesta es no, ¿Indique por qué?

¡Muchas gracias por su colaboración!

Certificado del Anti plagio



Certificado de análisis
Compilatio Magister+ | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR (UEB)

Tesis terminada Carmen Gavilánez
ID : d000901c497b5f2ea81d6a26f469acda54ad10e5

7%
Textos sospechosos

Nombre del fichero : Tesis terminada Eco 02-06-2026.txt
Tamaño del archivo original : 1,07 MB
Número de palabras : 25.257

Depositante : CARMITA GALUDTH BORJA BORJA
Fecha de depósito : 2 de julio de 2026
Tipo de carga : interface
fecha de fin de análisis : 2 de julio de 2026

Resumen (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :

Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

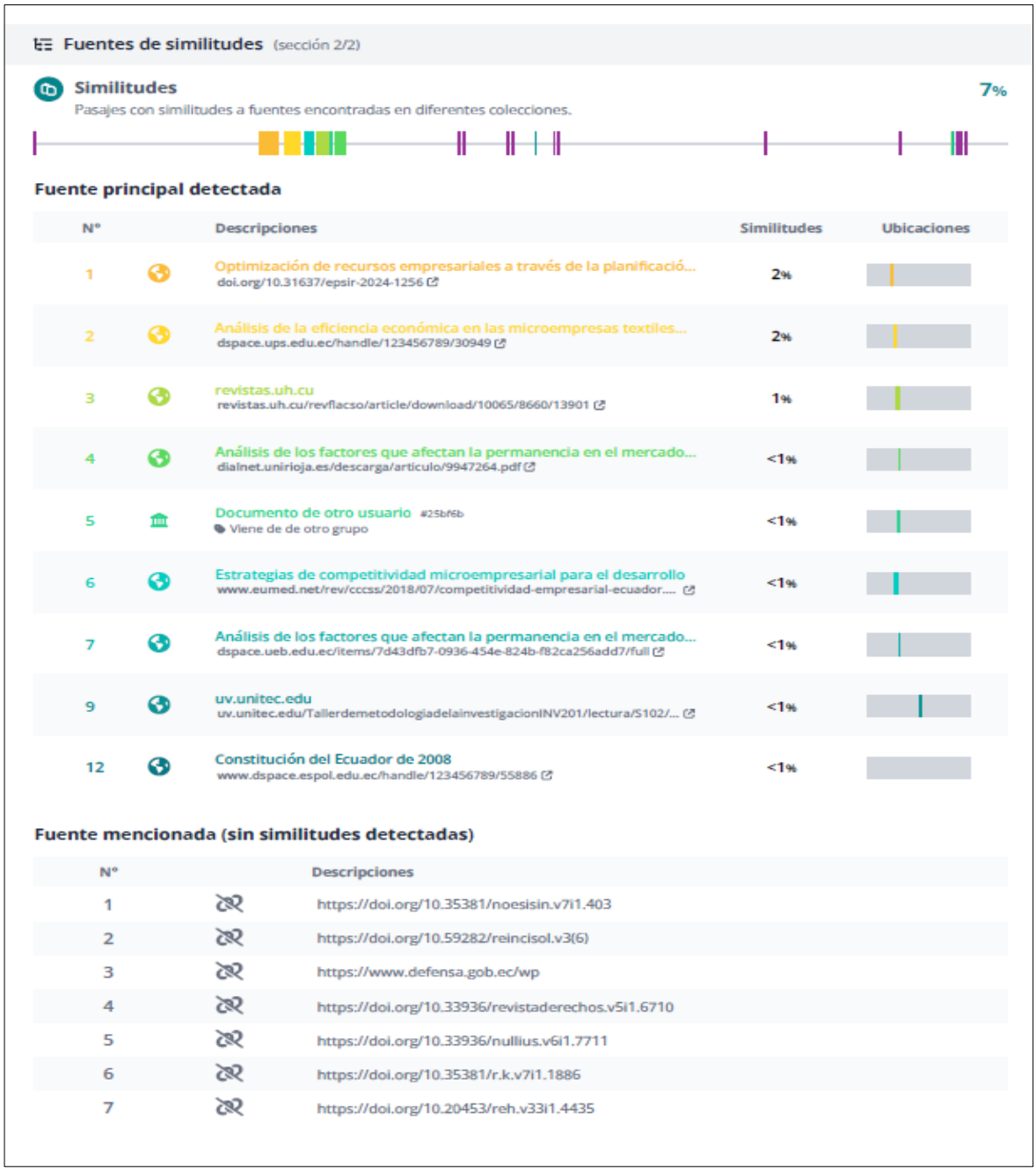
Similitudes 7%
Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.

Detección de IA 27%
Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA.
Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.

Idiomas no reconocidos 0%
Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua.
Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.

No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Textos entre comillas 2%
Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.


Fuentes de similitudes (sección 2/2)
Similitudes
7%
Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.
Fuente principal detectada
N° Descripciones Similitudes Ubicaciones
1 Optimización de recursos empresariales a través de la planificació... doi.org/10.31637/epsir-2024-1256 2%
2 Análisis de la eficiencia económica en las microempresas textiles... dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/30949 2%
3 revistas.uh.cu revistas.uh.cu/revflacso/article/download/10065/8660/13901 1%
4 Análisis de los factores que afectan la permanencia en el mercado... dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9947264.pdf <1%
5 Documento de otro usuario #25bf6b Viene de de otro grupo <1%
6 Estrategias de competitividad microempresarial para el desarrollo www.eumed.net/rev/cccss/2018/07/competitividad-empresarial-ecuador.... <1%
7 Análisis de los factores que afectan la permanencia en el mercado... dspace.ueb.edu.ec/items/7d43dfb7-0936-454e-824b-f82ca256add7/full <1%
9 uv.unitec.edu uv.unitec.edu/Tallerdemetodologiadelainvestigacion1NV201/lectura/S102/... <1%
12 Constitución del Ecuador de 2008 www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/55886 <1%
Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)
N° Descripciones
1 https://doi.org/10.35381/noesisin.v7i1.403
2 https://doi.org/10.59282/reincisol.v3(6)
3 https://www.defensa.gob.ec/wp
4 https://doi.org/10.33936/revistaderechos.v5i1.6710
5 https://doi.org/10.33936/nullius.v6i1.7711
6 https://doi.org/10.35381/r.k.v7i1.1886
7 https://doi.org/10.20453/reh.v33i1.4435

N°		Descripciones
8		https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1745
9		https://doi.org/10.4067/S0718-07052022000200267
10		https://doi.org/10.59814/resofro.2025.5(3)

