



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**Caracterización de emprendimientos del mercado de transferencia de  
víveres del cantón de Guayaquil.**

**AUTOR:**

**Guaraca Ilvis, Jonathan Stalyn**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

**TUTOR:**

**Ing. Sopó Montero, Gerson Rosenberg, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**21 de febrero de 2025**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Guaraca Ilvis, Jonathan Stalyn**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciatura en Administración de empresas**.

**TUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Sopó Montero, Gerson Rosenberg, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Ec. Pico Versoza Lucía, Mgs.**

**Guayaquil, a los 21 días del mes de febrero del año 2025**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Guaraca Ivis, Jonathan Stalyn**

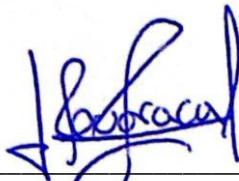
**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Caracterización de emprendimientos del mercado de transferencia de víveres del cantón de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Licenciado en administración de empresa**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 21 días del mes de febrero del año 2025**

**EL AUTOR**

f.   
\_\_\_\_\_

**Guaraca Ivis, Jonathan Stalyn**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

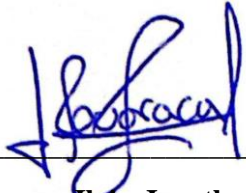
### **AUTORIZACIÓN**

Yo, **Guaraca Ivis, Jonathan Stalyn**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Caracterización de emprendimientos del mercado de transferencia de víveres del cantón de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 21 días del mes de febrero del año 2025**

**EL AUTOR:**

f.   
\_\_\_\_\_

**Guaraca Ivis, Jonathan Stalyn**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REPORTE COMPILATIO

Jonathan.Guaraca 1



Nombre del documento: Jonathan.Guaraca 1.docx	Depositante: Gerson Rosenberg Sopó Montero	Número de palabras: 16.294
ID del documento: 9e80bf9b50190afa06a7552d2cfd9bab9a672916	Fecha de depósito: 14/2/2025	Número de caracteres: 109.701
Tamaño del documento original: 1001,17 kB	Tipo de carga: interface	
Autores: []	fecha de fin de análisis: 14/2/2025	

Ubicación de las similitudes en el documento:

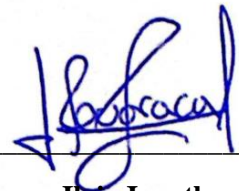


TUTOR

f. \_\_\_\_\_

Ing. Sopó Montero, Gerson Rosenberg, Mgs.

ESTUDIANTE

f.  \_\_\_\_\_

Guaraca Ilvis Jonathan Stalyn

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi más sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que contribuyeron al desarrollo de este documento.

En primer lugar, quiero expresar mi gratitud a Universidad Católica Santiago de Guayaquil por brindarme su apoyo y facilitarme el acceso a información clave, lo que permitió dar solidez a esta investigación.

A Ingeniero Gerson Soto Montero, cuyo conocimiento, orientación y paciencia fueron fundamentales en cada etapa del proceso. Sus valiosas recomendaciones no solo enriquecieron este trabajo, sino que también dejaron una huella en mi formación profesional y personal.

A los emprendedores y comerciantes del Mercado de Transferencia de Víveres del cantón de Guayaquil, quienes con generosidad y apertura compartieron sus experiencias y desafíos. Gracias a su disposición, esta investigación pudo capturar la realidad de su labor diaria y aportar un análisis significativo sobre el sector.

Por último, pero no menos importante, a mi familia y amigos, cuyo apoyo incondicional, aliento y confianza en mí fueron esenciales para mantenerme enfocado y motivado a lo largo de este camino.

A todos ustedes, gracias de corazón. Este logro también es suyo.

***Jonathan Stalyn Guaraca Ilvis***

## **DEDICATORIA**

Este trabajo va dedicado con profunda gratitud y cariño, para mi madre Carmen, que lastimosamente la vida me ha privado de tu presencia física. Tu amor, tus enseñanzas y tu esencia siguen conmigo en cada paso que doy. Me enseñaste a ser fuerte, a luchar por mis sueños y a nunca rendirme, y eso es lo que me ha traído hasta aquí.

Este logro es tuyo tanto como mío. Ojalá pudiera compartir este momento contigo, verte sonreír con orgullo y sentir tu abrazo. Pero sé que, de alguna manera, sigues conmigo, guiándome y dándome fuerzas cuando más lo necesito.

Este logro es por ti y para ti, mamá. Siempre vivirás en mi corazón.

También dedico este trabajo a mi familia, a mi padre, hermanas que han sido pilar fundamental. A mi primo Alex que ya no se encuentra entre nosotros, él fue como un hermano con el cual estudiábamos y nos preparábamos para el comienzo universitario, su motivación y anhelo por estudiar me fueron transmitidos y le jure terminar la carrera.

Por último, a mis amigos, quienes con su energía y ánimo me recordaron que cada esfuerzo tiene su recompensa y a quienes han estado a mi lado, brindándome su apoyo y aliento en los momentos más desafiantes.

A todos ustedes, gracias por ser parte de mi historia y por acompañarme en este desafío. Gracias totales.

*Jonathan Stalyn Guaraca Ilvis*



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Ec. Pico Versoza Lucía, Mgs.**

DIRECTORA DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Ec. Coello Cazar David, Mgs**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Reyes De Luca, María Antonieta Mgs.**

OPONENTE



## TABLA DE CONTENIDOS

Introducción.....	2
<b>Planteamiento del problema</b> .....	2
<b>Justificación</b> .....	6
<b>Objetivos</b> .....	8
<b>Objetivo General</b> .....	8
<b>Objetivos específicos</b> .....	9
Capítulo I.....	10
Marco teórico.....	10
<b>Teoría del Ecosistema de emprendimiento</b> .....	10
<i>Informe GEM</i> .....	14
<i>Informe Guayaquil Emprendedor</i> .....	16
<i>Caracterización de los Emprendimientos</i> .....	18
<b>Marco conceptual</b> .....	19
<i>Autoaprendizaje</i> .....	19
<i>Creatividad</i> .....	19
<i>Ecosistema de emprendimiento</i> .....	19
<i>Emprendedor</i> .....	20
<i>Estrategia</i> .....	20
<i>Estrategia de ventas</i> .....	20
<i>Emprendimientos en el mercado de víveres</i> .....	20
<i>Espíritu emprendedor</i> .....	21
<i>Sistema emprendedor</i> .....	21
<i>Ventas</i> .....	21
<b>Marco Legal</b> .....	21
Capítulo II.....	24
Metodología de la investigación.....	24
<b>Diseño de la investigación</b> .....	24
<b>Enfoque de la Investigación</b> .....	24
<b>Alcance de la investigación</b> .....	25
<b>Tipo de estudio</b> .....	26
<b>Métodos de investigación</b> .....	26
<b>Técnicas e instrumentos</b> .....	27
<b>Población y muestra</b> .....	27

<b>Selección de la muestra</b> .....	28
<b>Recolección de datos o técnica de recogida de datos</b> .....	29
<b>Análisis de datos</b> .....	30
Capítulo IV.....	32
Resultados.....	32
<b>4.1. Presentación de Resultados de la encuesta</b> .....	32
<b>Resultados de la entrevista</b> .....	51
Capítulo V.....	59
Propuesta .....	59
<b>Introducción</b> .....	59
<b>Caracterización de los Emprendedores de Montebello</b> .....	60
<b>Motivaciones y necesidad de Emprender</b> .....	61
<b>Oportunidades y Condiciones del Entorno</b> .....	62
<b>Conclusiones de la caracterización</b> .....	63
Conclusiones y Recomendaciones .....	65
<b>Conclusiones</b> .....	65
<b>Recomendaciones</b> .....	66
Referencias.....	68

## Índice de tablas

Tabla 1. Sector de los emprendedores por etapa emprendedora (%).....	16
Tabla 2. Delimitación del estudio .....	28
Tabla 3. Edad de los encuestados.....	32
Tabla 4. Sexo de los encuestados.....	33
Tabla 5. Estado civil de los encuestados.....	34
Tabla 6. Años que llevan trabajando en el mercado Montebello.....	35
Tabla 7. Nivel de educación más alto alcanzado .....	36
Tabla 8. Grupo étnico al que pertenece el emprendedor encuestado.....	37
Tabla 9. Otra ocupación además de ser emprendedor.....	38
Tabla 10. Empleados en el negocio del emprendedor encuestado.....	39
Tabla 11. Productos o servicios que ofrece.....	40
Tabla 12. Motivaciones para emprender.....	41
Tabla 13. Rango de ingresos mensuales para su negocio .....	42
Tabla 14. Motivación para la creación del negocio .....	44
Tabla 15. Principales desafíos como emprendedor.....	45
Tabla 16. Formalización legal en el negocio .....	46
Tabla 17. Uso de plataformas digitales para promocionarse en el negocio.....	47
Tabla 18. Red social más utilizada.....	48
Tabla 19. Horas dedicadas a la gestión de su emprendimiento semanalmente.....	49
Tabla 20. El entorno de Montebello ha favorecido el éxito de su negocio.....	50
Tabla 21. Respuestas de los expertos entrevistados.....	53

## Índice de figuras

Figura 1. Condiciones determinantes del emprendimiento.....	2
Figura 2. Edad de los encuestados .....	32
Figura 3. Sexo de los encuestados.....	33
Figura 4. Estado civil de los encuestados.....	34
Figura 5. Años que llevan trabajando en el mercado Montebello.....	35
Figura 6. Nivel de educación más alto alcanzado .....	36
Figura 7. Grupo étnico al que pertenece el emprendedor encuestado.....	38
Figura 8. Otra ocupación además de ser emprendedor .....	39
Figura 9. Empleados en el negocio del emprendedor encuestado .....	40
Figura 10. Productos o servicios que ofrece .....	41
Figura 11. Motivaciones para emprender.....	42
Figura 12. Rango de ingresos mensuales para su negocio .....	43
Figura 13. Motivación para la creación del negocio .....	44
Figura 14. Principales desafíos como emprendedor .....	45
Figura 15. Formalización legal en el negocio .....	46
Figura 16. Uso de plataformas digitales para promocionarse en el negocio.....	47
Figura 17. Red social más utilizada .....	49
Figura 18. Horas dedicadas a la gestión de su emprendimiento semanalmente .....	50
Figura 19. El entorno de Montebello ha favorecido el éxito de su negocio.....	51

## **Resumen**

El presente estudio se realizó con el objetivo de determinar las características, desafíos y oportunidades que enfrentan los emprendedores en el mercado mayorista de víveres de Montebello en Guayaquil. Para lograrlo, se trabajó con un diseño metodológico de tipo no experimental y de corte transversal, ya que se limitó a observar situaciones que pasaron en el tiempo. El enfoque de la investigación fue mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo, ya que se utilizaron técnicas e instrumentos de carácter numérico y teórico, en este caso, las encuestas fueron las técnicas cuantitativas aplicadas a 293 emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil, y las entrevistas, las técnicas cualitativas aplicadas a cinco expertos relacionados con el tema de estudio. Cabe recalcar que se trabajó con un alcance de investigación descriptivo y exploratorio con lo cual se caracterizó a los emprendedores del Mercado de Transferencia de víveres de Montebello, ubicado en el cantón Guayaquil, enfocándose en su perfil, las características de sus negocios, los retos y las oportunidades que enfrentan en su operación. Las conclusiones del estudio indican que los emprendedores del Mercado de Montebello son, en su mayoría, jóvenes entre 26 y 35 años, así mismo emplean entre 1 y 3 personas, lo que indica que son negocios de tamaño pequeño, con una organización sencilla. En cuanto a la motivación para emprender, más de la mitad de los emprendedores lo hizo para mejorar sus ingresos personales, lo que está relacionado con el contexto de escasez de empleo formal y oportunidades laborales.

**Palabras claves:** Emprendedores, GEM, emprendimiento, caracterizar, Mercado, Montebello.

## **Abstract**

This study was conducted with the objective of determining the characteristics, challenges and opportunities faced by entrepreneurs in the Montebello wholesale grocery market in Guayaquil. To achieve this, we worked with a non-experimental and cross-sectional methodological design, since it was limited to observing situations that occurred over time. The research approach was mixed, that is, qualitative and quantitative, since techniques and instruments of a numerical and theoretical nature were used. In this case, the surveys were the quantitative techniques applied to 293 entrepreneurs of the Montebello Market in Guayaquil, and the interviews were the qualitative techniques applied to five experts related to the topic of study. It should be noted that we worked with a descriptive and exploratory scope of research with which we characterized the entrepreneurs of the Montebello Food Transfer Market, located in the Guayaquil canton, focusing on their profile, the characteristics of their businesses, the challenges and opportunities they face in their operation. The findings of the study indicate that most of the entrepreneurs in the Montebello Market are young people between 26 and 35 years of age, and that they employ between 1 and 3 people, which indicates that they are small businesses with a simple organization. Regarding the motivation for entrepreneurship, more than half of the entrepreneurs did it to improve their personal income, which is related to the context of scarcity of formal employment and job opportunities.

**Key words:** Entrepreneurs, GEM, entrepreneurship, characterize, Market, Montebello.

## **Introducción**

### **Planteamiento del problema**

El sector mayorista de víveres constituye una parte fundamental de la economía ecuatoriana, ya que es un pilar clave para la distribución de productos alimenticios a nivel nacional. En la actualidad se cuenta con 50 mercados municipales y ordenamientos en la zona urbana (86%) y parroquias rurales (14 %), dando atención a la ciudadanía del cantón Guayaquil (Alcaldía de Guayaquil, 2021).

El Mercado de Transferencia de víveres, ubicados en el sector “Montebello”, se encuentran en un entorno particular que refleja tanto las fortalezas como las debilidades del ecosistema emprendedor del país. Este espacio, caracterizados por su actividad constante y su papel fundamental en la cadena de suministro de productos básicos, son una representación clara de cómo los pequeños y medianos empresarios enfrentan barreras y oportunidades.

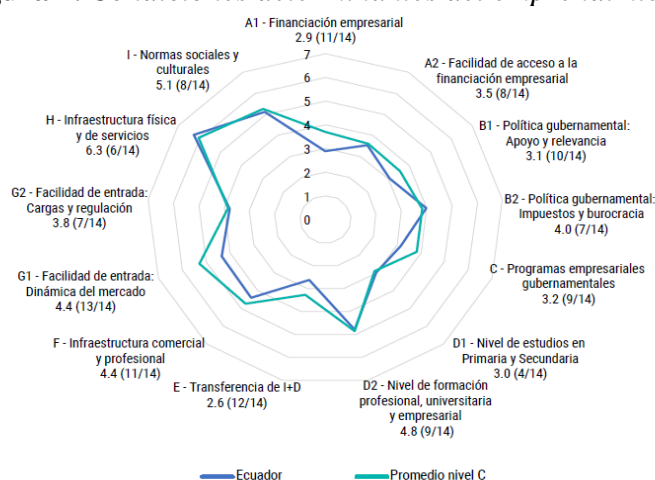
El mercado de transferencia de víveres de Montebello ha experimentado cambios significativos en los últimos años, tanto en lo que respecta a su fundación como a su dinamismo empresarial. En general, este mercado comenzó como un punto de encuentro informal para el comercio de artículos de primera necesidad, pero a lo largo del tiempo se ha convertido en un foco de circulación de descuentos formalizado y coordinado (Tobar et al., 2024). Es significativo que, a lo largo de los últimos años, haya ido modernizando sus oficinas y asumiendo nuevas innovaciones que trabajan sobre los factores coordinados y la eficacia del intercambio, no obstante, a pesar de las estrategias gubernamentales que se esfuerzan por ayudar a los visionarios de los negocios, con frecuencia se consideran carentes o reguladoras, lo que añade complejidad a la actividad de estas organizaciones que muchas veces están dirigidas por empresarios de la ciudad. Los emprendedores ecuatorianos “se caracterizan por un

extraordinario límite de transformación y fortaleza a pesar de las dificultades de la coyuntura monetaria” (Orozco , 2024, p.1.).

Por ello y tal como lo menciona Tobar et al., (2024) en su estudio “la gestión empresarial en el Mercado Mayorista Montebello de Guayaquil revela una imagen compleja y multifacética de las prácticas actuales, desafíos y oportunidades de mejora para los emprendedores ecuatorianos” (p.10). Con lo que se puede inferir que es evidente que la situación del emprendimiento en Ecuador, tal como lo refleja el informe GEM 2023-2024, guarda una estrecha relación con lo que ocurre en el mercado de transferencia de víveres.

La mayoría de los emprendedores ecuatorianos son jóvenes entre 25 y 45 años, con preparación especializada o competente en áreas vinculadas a los negocios o el comercio, aunque también se observa un alto nivel de autoaprendizaje (Hernández & Poveda , 2019). A pesar de los retos a los que se enfrentan, por ejemplo, la falta de acceso a la financiación y el incremento de competencia, los emprendedores ecuatorianos destacan por su imaginación y su concentración a la hora de realizar sus tareas, además de tomar en cuenta la dinámica del mercado, normas sociales y culturales (GEM, 2023).

**Figura 1. Condiciones determinantes del emprendimiento**



*Nota.* Tomado de Informe Global Entrepreneurship Monitor, 2023



Según un informe de Diario el Comercio, la tasa de actividad emprendedora temprana (TEA) ha aumentado en relación al año pasado, llegando a ser de 36.2%. El autor (Vásconez, 2024) indica que las principales motivaciones para emprender son las de marcar la diferencia, tradición familiar, ganarse la vida y debido a la falta de empleo que existe en el país; siendo esta última la motivación clave ya que muchos de los jóvenes buscan salir adelante hoy en día a través de los emprendimientos.

En la ciudad de Guayaquil la actividad emprendedora se caracteriza debido a la importancia que tiene el desarrollo comercial y logístico en el Ecuador, según el informe Guayaquil emprendedor se afirma que el 70% de los emprendedores de la ciudad son expendedores de artículos y brindan servicios sobre todo en los negocios familiares. Pese a que existen muchas oportunidades en la localidad, los emprendedores guayaquileños enfrentan desafíos como la informalidad, la competencia, el acceso limitado a los recursos monetarios y tecnológicos (Montero et al., 2020).

En el mercado de víveres Montebello, la mayoría de los negocios son pequeños o microempresas, generalmente gestionadas por familias que dependen del comercio y el flujo de clientes de las localidades cercanas. Entre los principales desafíos que enfrentan estas empresas se destacan la competencia desleal, la informalidad del sector, la inseguridad actual, la ausencia de normativas fiscales y controles de calidad, así como el limitado acceso a créditos y financiamiento que les permita formalizarse, adquirir maquinaria y contratar personal especializado. Además, la falta de incentivos gubernamentales agrava aún más su situación.

Según el estudio realizado por Díaz y Reinoso (2021), el 60% de emprendedores del mercado de Montebello mencionaron que la falta de capital es una

de las barreras más grandes para poder expandir su negocio. De igual manera, es la deficiencia de capacitaciones en cuanto a emprendimientos, marketing, digitalización, cómo optimizar sus procesos comerciales lo cual hace que la capacidad de competir sea mínima en el mercado globalizado en que vivimos.

La importancia de esta investigación radica en que se proporcionará información valiosa sobre las características, necesidades, barreras y riesgos que enfrentan los emprendedores del sector de Montebello de Guayaquil, específicamente en el mercado de transferencia de víveres, para con ello comprender qué factores inciden en el éxito o fracaso de estos negocios con lo cual se contribuirá no solamente a mejorar las condiciones de los emprendedores locales sino a generar propuestas con estrategias que fortalezcan el sector y ayuden a formalizar los emprendimientos. Además, esta investigación ayudará a que se identifiquen áreas de oportunidades para el desarrollo de nuevos modelos de negocios adaptado a las necesidades a del mercado.

En este contexto es importante tomar en cuenta los factores socioeconómicos y legales, mismos que juegan un papel importante en la informalidad de los negocios del mercado de transferencia de víveres Montebello de la ciudad de Guayaquil. Así mismo se debe tomar en cuenta los impedimentos actuales que van desde barreras económicas hasta desafíos burocráticos lo cual requiere un enfoque integral que conviene formación apoyo de las instituciones gubernamentales, comunicación con las autoridades locales y conocimiento por parte de los emprendedores del mercado, con el fin de beneficiar a la comunidad en general.

En base a lo expuesto, se formula la siguiente pregunta de investigación:  
¿Cuáles son las características, desafíos y oportunidades que enfrentan los emprendedores en el mercado mayorista de víveres de Montebello en Guayaquil?

## **Justificación**

El Mercado de Transferencia de víveres ubicado en el sector “Montebello” también conocido como (TTV) es el mercado más grande de la ciudad, donde se abastecen los mercados locales, comerciantes mayoristas y minoristas. A pesar de su importancia financiera, una gran parte de los intermediarios de este espacio trabajan en el ámbito informal. En concreto, el mercado de productos alimentarios básicos tiene una gran presencia de intercambios ocasionales. La formalización de estas organizaciones es fundamental para el avance monetario y social tanto de los comerciantes individuales como del área local más extensa.

La importancia de la zona radica en que los mercados son un espacio fundamental para la economía informal, donde un gran número de pequeños empresarios, mayoristas, intermediarios y fabricantes se reúnen, colaboran y apoyan los elementos financieros de la ciudad. El mercado de abastos de Montebello ha experimentado grandes cambios en los últimos años, tanto en lo que se refiere al establecimiento como al dinamismo empresarial. En general, este mercado comenzó como un punto de reunión relajado para el intercambio de productos fundamentales, en este punto a largo plazo ha convergido como un centro de difusión de rebajas formalizado y facilitado (Tobar et al., 2024). Cabe recalcar que, a lo largo de los últimos años, se han ido modernizando los centros de trabajo y asumiendo nuevos desarrollos que trabajan sobre las variables planificadas y la viabilidad del comercio, en todo caso, prescindiendo de las técnicas gubernamentales que se comprometen a ayudar a los visionarios de los negocios, cada cierto tiempo se consideran carentes o administrativas, lo que añade imprevisibilidad al movimiento de estas asociaciones que comúnmente son dirigidas por gerentes de finanzas de la ciudad.

Comprender a los emprendedores de este sector resulta esencial, ya que ellos no solo enfrentan desafíos en cuanto a la competencia, acceso a financiamiento o normativas, sino que además desempeñan un rol crucial en la cadena de distribución de alimentos y bienes básicos, lo cual tiene un impacto directo en la seguridad alimentaria y la estabilidad económica de la región.

El mercado de transferencia de víveres de Montebello, un hervidero de actividad en Guayaquil, es mucho más que un simple espacio comercial; es el latido que impulsa la alimentación de una ciudad entera (Zúñiga, 2014). En la ciudad, no existe en la actualidad una caracterización sistemática ni exhaustiva de los emprendimientos que operan en el mercado de transferencia de víveres. La ausencia de estudios previos que describan y analicen de manera detallada las características, retos y necesidades de los emprendedores de este sector, limita el entendimiento sobre su dinámica y sobre las oportunidades que podrían facilitar su crecimiento y sostenibilidad. Esta falta de información impide desarrollar políticas públicas más efectivas y estrategias de apoyo que fortalezcan este importante segmento. Por lo tanto, esta investigación busca llenar ese vacío, proporcionando una visión clara y precisa del ecosistema emprendedor en los mercados de víveres de Guayaquil.

Este estudio es relevante ya que tiene un impacto directo sobre el desarrollo de políticas públicas orientadas a mejorar las condiciones de los emprendedores del sector, de este modo, se busca realizar esta investigación para que se pueda comprender las características, necesidades y problemáticas que enfrentan estos emprendedores permite a las autoridades locales, regionales y nacionales diseñar programas de apoyo más efectivos, que incluyan medidas de capacitación, financiamiento, infraestructura adecuada, y acceso a mercados más amplios. Además, este estudio puede servir como base para futuras intervenciones en la mejora de la

seguridad alimentaria y la sostenibilidad del Mercado de Montebello, contribuyendo a la reactivación económica y la inclusión social de un segmento clave de la economía informal en Guayaquil. Además, este estudio sirve como referencia para futuras investigaciones que se relacionen con las variables abordadas, o acerca de la seguridad alimentaria y cómo sostenerse en el tiempo dentro del mercado de Montebello u otros mercados, de esta forma se contribuye a la reactivación económica y la inclusión social de los guayaquileños.

Desde el punto de vista académico, esta investigación se justifica ya que la caracterización de los emprendimientos en el mercado de víveres de Montebello en la ciudad de Guayaquil constituye un valioso aporte para comprender la economía informal y cómo se desenvuelven los emprendedores en los mercados de víveres de la urbe. Pese a que existen estudios sobre la economía informal en América Latina y Ecuador, son muy pocos los que se enfocan en mercados de víveres, es por eso que este estudio es importante, ya que además presenta las particularidades y las características que tienen los emprendedores, así como sus necesidades, los riesgos que implica, por lo cual se ha hecho un estudio y un análisis contextualizado a profundidad ofreciendo una visión detallada acerca de las dinámicas empresariales dejando claro cómo se puede sobrellevar la competitividad, la sostenibilidad, y como formalizar estos emprendimientos (Terán & Guerrero, 2020).

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar las características, desafíos y oportunidades que enfrentan los emprendedores en el mercado mayorista de víveres de Montebello en Guayaquil.

### **Objetivos específicos**

1. Desarrollar una revisión de literatura que permita identificar condiciones y características de los emprendedores.

2. Caracterizar socio-demográficamente el perfil de los emprendedores el Mercado de Transferencia de víveres, ubicados en el sector “Montebello” del Cantón de Guayaquil a través de encuestas.

3. Caracterizar los negocios que operan en el Mercado de Transferencia de víveres, ubicados en el sector “Montebello” del Cantón de Guayaquil.

## **Capítulo I.**

### **Marco teórico**

A continuación, se presentará el marco teórico del presente trabajo. En el cual se recopilarán teorías, conceptos y referencias relacionadas con los emprendimientos en la ciudad de Guayaquil. El objetivo es establecer una base teoría sobre la cual sustentar el presente trabajo de titulación.

#### **Teoría del Ecosistema de emprendimiento**

El ecosistema de emprendimiento hace referencia al conjunto de factores, así como a los intervinientes que facilitan o limitan los emprendimientos dentro de un contexto específico. Este concepto ha ganado atención significativa en la última década debido a su potencial para impulsar el desarrollo económico y abordar desafíos socioeconómicos.

Cao & Shi (2020), en su estudio denominado “ecosistemas empresariales”, indicaron que los emprendimientos en las economías emergentes significan una salida para los emprendedores, de igual manera que presentan particularidades que se deben comprender dentro de los contextos. En la investigación se aplicaron técnicas cualitativas con herramientas como la revisión sistemática de la literatura y otros estudios empíricos relacionados con el tema de ecosistemas empresariales.

El estudio se trabajó con una investigación de tipo teórica y empírica, analizando la escasez de recursos, las lagunas estructurales y los vacíos institucionales como desafíos clave para estos ecosistemas. Los resultados indicaron que el modelo tradicional de ecosistemas empresariales, basado en las economías avanzadas, no se puede aplicar de manera directa en las economías emergentes debido a las diferencias estructurales y de recursos. La conclusión es que se requiere un enfoque

contextualizado y adaptado a las realidades locales de los países emergentes para fomentar el emprendimiento y la creación de nuevas empresas, a través de políticas públicas específicas que aborden estas brechas (Cao & Shi).

En el estudio realizado por Spigel y Harrison (2018)) con el tema de los ecosistemas empresariales se indicó que estos ecosistemas juegan un papel clave en el desarrollo económico regional al fomentar entornos favorables para la creación de empresas innovadoras. La investigación se llevó a cabo por medio de un estudio analítico por medio de la revisión de procesos que ayudaron a comprender el papel de los ecosistemas en la creación de nuevos emprendimientos. Los resultados demostraron que, se puede entender la evolución y transformación de los emprendimientos a través de los procesos en ecosistemas. La conclusión es que este enfoque permite crear una tipología de las diferentes estructuras de los ecosistemas empresariales, lo que puede ser útil para diseñar políticas de apoyo al emprendimiento (Spigel & Harrison, 2018).

En el estudio realizado por Mago y Merwe (2023) con el tema de los ecosistemas empresariales se indicó que estos juegan un papel crucial en el fomento de la innovación y el espíritu empresarial, particularmente en los países desarrollados. Se utilizó el sistema de investigación PRISMA, con una muestra de 28 artículos primarios tomados de distintas bases de datos, para ello se utilizó el Software VOSviewer, que sirvió para identificar los patrones de las publicaciones y tendencias para la correcta citación de los artículos. Los resultados mostraron que, aunque los sistemas de ecosistemas pioneros son normales, se enfrentan a muchas dificultades, pero además presentan puertas abiertas a las que puede ser difícil acceder. El resultado final es que los entornos pioneros contribuyen al giro financiero y ayudan a solucionar problemas financieros como el desempleo, la disparidad y la necesidad. Los



investigadores sugieren que se inste al avance de estos sistemas biológicos en todos los distritos para impulsar el desarrollo financiero y abordar los problemas sociales (Mago & Merwe, 2023).

### **El capital social y su teoría**

Esta teoría sostiene que las relaciones y redes sociales son importantes para sostener valiosos recursos en el tiempo, los cuales pueden mejorar las condiciones socioeconómicas de las personas que lo aplican. En el contexto internacional, el capital social se traduce en acceso a la información, apoyo emocional y recursos materiales que pueden ser utilizados para tener emprendimientos exitosos y sostenibles (Zhang et al., 2020).2207988734

Los emprendedores están integrados en una estructura de redes sociales más grande que constituye una proporción significativa de su estructura de oportunidades (Clausen, 2006). Shane y Eckhardt (2003) citado por Terán y Guerrero (2020) argumentan que “un individuo puede tener la capacidad de reconocer que existe una oportunidad emprendedora dada, pero puede carecer de las conexiones sociales para transformar la oportunidad en una empresa nueva” (p.9).

El rol del capital social en el emprendimiento juega un papel crucial, ya que va afectando a los individuos y a los que interactúan dentro de las empresas y entre sí. En primer lugar, dentro de una empresa, el capital social fomenta una coordinación y comunicación entre las personas y los departamentos para ir mejorando efectividad y calidad de los procesos. En segundo lugar, entre empresas, la confianza es clave para la cooperación y el trabajo conjunto, lo que fortalece las relaciones y abre puertas a futuras colaboraciones (Martínez et al., 2020).

En el contexto del emprendimiento, el capital social no solo se relaciona con la creación de redes y vínculos de cooperación, sino también con la capacidad de identificar oportunidades de negocio, facilitando el acceso a información y recursos clave.

## **Marco Referencial**

### ***Informe del Banco Mundial, América Latina, Ecuador***

El informe del Banco Mundial acerca del emprendimiento ofrece un esquema completo de la acción emprendedora, presentando contrastes clave entre las naciones creadas y las no industriales, así como las dificultades particulares a las que se enfrentan los empresarios en entornos delicados y afectados por la lucha. Este informe señala que la creación de empresas en las economías emergentes será en general mayor en las fases iniciales, aunque estos visionarios empresariales se enfrentan a grandes obstáculos, por ejemplo, un acceso restringido a la financiación y un clima empresarial peligroso. A pesar de las dificultades, el movimiento emprendedor en estos entornos puede desempeñar un papel importante en el ajuste y la mejora monetarios, especialmente en los distritos débiles (Informe del Banco Mundial, 2019).

En cuanto a la comparación de datos sobre emprendimiento, los informes del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y del Banco Mundial muestran diferencias en la medición de la actividad emprendedora. Los datos del GEM tienden a reportar niveles más altos de emprendimiento temprano en economías en desarrollo, mientras que el Banco Mundial mide la entrada en la economía formal, lo que refleja una perspectiva diferente de la actividad emprendedora (GEM, 2023).

Este informe también da a conocer factores que resultan claves para la influencia en actividades emprendedoras, así como el entorno legal y las normativas regulatorias. Los entornos favorables para el emprendimiento, incluyen buenas

prácticas de procedimientos y formalidad de los mismos, así como los pasos correctos para los registros electrónicos.

Una cuestión urgente que figura en el informe es qué ocurre con los empresarios en entornos delicados o afectados por la lucha. Estos empresarios se enfrentan a dificultades adicionales, como un acceso limitado al dinero formal y un clima excepcionalmente cuestionable. En estos casos, los sistemas de apoyo deben adaptarse a las condiciones particulares para ser convincentes. El ejemplo es claro: la ayuda institucional debe ser adaptable y estar explícitamente destinada a superar los obstáculos primarios y de acceso a los activos en condiciones adicionales desconcertantes, como puede describirse en ciertas zonas de Guayaquil (Alcaldía de Guayaquil, 2021).

En resumen, el informe del Banco Mundial pone de manifiesto la importancia de contar con un entorno empresarial favorable y un sistema de registros comerciales eficiente para estimular el emprendimiento. Además, resalta la necesidad de adaptar las políticas de apoyo a las características particulares de los emprendedores en contextos difíciles, lo cual es fundamental para fomentar un crecimiento económico inclusivo y sostenible.

### ***Informe GEM***

El emprendimiento es fundamental para el desarrollo monetario de Ecuador, sobre todo en lo que respecta a la expansión financiera y la disminución de la dependencia de áreas convencionales como el petróleo. A través de diferentes impulsos gubernamentales, programas de apoyo y la mejora de un ecosistema de startups, la nación ha buscado cultivar los negocios como motor de incorporación social, puertas abiertas equivalentes y giro factible. En todo caso, la economía

ecuatoriana ha enfrentado enormes dificultades, particularmente en 2023, debido a la emergencia política que ha impactado la seguridad monetaria, la disminución del emprendimiento y la utilización, y la expansión de la debilidad. Estos elementos han repercutido en una caída del PIB (Producto Interior Bruto) y en un clima monetario más cuestionable.

Según el informe del GEM, el 50% de la población de Ecuador indica que el emprendimiento es una opción válida para que se desarrollen profesionalmente, igualmente, el 63,4% indica que los emprendedores exitosos crean una independencia que hace que los demás los admiren y respeten. Cabe recalcar que el 66% de los ecuatorianos conoce a alguien que ha emprendido en los últimos dos años, así mismo el 75% afirma que cree poseer las habilidades mínimas requeridas para empezar un emprendimiento. Se puede indicar que además, los emprendedores planean crecer en los próximos 3 años, es decir, 56% de los ecuatorianos que emprenden piensan en expandirse.

La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), mostró que el 32.7% de los ecuatorianos emprendió en 2023, lo que significa que más de tres millones de la población ha creado nuevos negocios. Este indicador subraya la importancia que tienen los pequeños negocios en el crecimiento económico del país. Los comerciantes representan el 75% de la TEA que se enfoca en actividades orientadas al consumo, principalmente en comercio minorista y mayorista.

En resumen, el Informe GEM 2023-2024 destaca tanto los retos como las oportunidades del emprendimiento en Ecuador. Aunque el país enfrenta desafíos estructurales, el entorno cultural y la alta tasa de actividad emprendedora sugieren que el emprendimiento sigue siendo un motor clave para el desarrollo económico. Sin

embargo, las políticas públicas deben centrarse en fortalecer el ecosistema emprendedor, proporcionando un entorno más seguro y confiable que permita a los emprendedores acceder a los recursos y apoyos necesarios para prosperar.

**Tabla 1.** Sector de los emprendedores por etapa emprendedora (%)

Sector	Nacientes	Nuevos	TEA	Establecidos
<i>Actividades extractivas</i> (Agricultura, minería, pesca y silvicultura)	6.86	9.53	7.53	17.14
<i>Actividades Transformadoras</i> (Construcción, Manufactura, transporte, comunicación, servicios básicos y logística)	15.00	11.65	13.74	18.84
<i>Actividades orientadas a negocios</i> (Finanzas, seguros, inmobiliarias y todos los servicios a los negocios)	4.06	2.82	3.72	2.67
<i>Actividades orientadas al consumo</i> (Comercio, educación, salud, alojamiento, entretenimiento, restaurantes, compra y mantenimiento de vehículos)	74.09	75.97	75.01	61.35

*Nota.* Sectores de mayores emprendimientos. Tomado de: Encuesta a la Población adulta. Informe GEM (2023)

### ***Informe Guayaquil Emprendedor***

El informe Guayaquil Emprendedor presenta el desarrollo de la actividad empresarial en la ciudad de Guayaquil como uno de los principales impulsores de la coyuntura financiera barrial y provincial. Guayaquil, como uno de los focos realmente financieros de Ecuador, ha emprendido diferentes impulsos para fomentar la formación de nuevas organizaciones, solidificando su innovador sistema biológico a través de la cooperación entre asociaciones abiertas, privadas y no legislativas. A través de la preparación de programas, viveros de empresas y la producción de grupos alentadores de personas, la ciudad trata de avanzar en el avance, la intensidad y la mantenibilidad, cultivando los negocios como una vía vital para el giro financiero del distrito.

En el informe se indica que pese a las dificultades en la economía del Ecuador, así como la crisis política y la falta de acceso a créditos para aquellos que desean emprender; la ciudad de Guayaquil se ha consolidado como una cuna de emprendimiento específicamente en áreas como la tecnología, el comercio y los servicios prestados. En este sentido se ha logrado la colaboración de diversas empresas, fundaciones organizaciones no gubernamentales (ONG), universidades y demás instituciones que han fortalecido el ecosistema local de emprendimiento, brindándole las herramientas necesarias como capacitaciones y redes de contacto para que los emprendedores expandan sus negocios. La ciudad es una de las pocas que tiene políticas que fomentan la inclusión social y apoyan la creación de empleo propiciando un ambiente idóneo para desarrollar nuevas ideas emprendedoras.

Entre los aspectos que más se destacan en el informe se encuentra la creación de espacios colaborativos es decir incubadoras de empresas mismas que ofrecen a los emprendedores la posibilidad de recibir capacitaciones asesorías y recursos para iniciar y hacer crecer sus emprendimientos además se subraya que es importante que se eduquen y se formen en emprendimiento ya que un gran número de emprendedores guayaquileños no tienen conocimientos sobre estrategias innovadoras y desarrollo empresarial. Se observa que, los emprendedores que han tenido información Universitaria o técnica superior han tenido mayores posibilidades de éxito debido al conocimiento de estrategias de competitividad y manejo de la tecnología.

El informe además muestra que es importante conocer las políticas públicas que se orientan al apoyo del emprendimiento esto se lograría reduciendo las barreras burocráticas impulsando la formalización de las pequeñas y medianas empresas del sector así como la creación de incentivos por parte del gobierno entre ellos uno de los más relevantes que es el acceso a créditos y financiamiento para los emprendedores

siendo Guayaquil uno de los entornos más favorables para el desarrollo de los microemprendimientos, sin embargo se señala que existen desafíos importantes así como la falta de capital semilla y necesidad de mejorar la seguridad para fomentar mayores inversiones En el sector emprendedor.

Finalmente, se puede indicar que el informe Guayaquil emprendedor ha mostrado cómo se ha avanzado en la creación de ecosistema emprendedor dinámico en la ciudad de Guayaquil basándose en la innovación, capacitaciones y acceso a recursos. No obstante, también resalta la necesidad de continuar fortaleciendo las políticas públicas y el apoyo a los emprendedores para asegurar que Guayaquil siga siendo un motor de crecimiento económico sostenible en Ecuador.

### ***Caracterización de los Emprendimientos***

La caracterización de los emprendimientos es un tema de gran relevancia en el ámbito empresarial. Según Barringer y Brinkmann (2015), un emprendimiento se define como un proceso mediante el cual un individuo o un grupo de individuos crea un nuevo negocio. Estos creadores destacan la importancia del desarrollo y la capacidad de hacer frente a los retos como componentes clave en la realización de esfuerzos fructíferos. De igual modo, señalan que las aventuras pueden cambiar fundamentalmente en cuanto a tamaño, área, plan de acción y fase progresiva. Esta variedad de cualidades hace que la caracterización de las aventuras sea una tarea compleja pero vital para comprender su inclinación y configurar metodologías adecuadas para su desarrollo.

Perfil del empresario.- la mayor parte de los emprendedores del mercado son dueños de negocios que operan localmente estos pueden ser comerciantes mayoristas minoristas o distribuidores que se especializan en el expendio de víveres.

Estrategias operativas.- los emprendedores guayaquileños implementan estrategias que puedan ayudar a diversificar los productos a relacionarse con los proveedores y adaptarse a las demandas que existen en el mercado guayaquileño.

Desafíos y oportunidades.- los emprendedores enfrentan desafíos y retos tales como la competencia desleal los cambios en los precios de los productos y las barreras en el área de logística. Sin embargo, también existen oportunidades en la expansión de mercados y la mejora de la cadena de suministro.

## **Marco conceptual**

### ***Autoaprendizaje***

Se define como “el cambio permanente de la conducta que se produce como resultado de la práctica. El aprendizaje se refleja en la forma que respondemos al ambiente, a los estímulos sociales, emocionales y físicos, para entender nueva información” (Sarmiento, 2017, pág. 77).

### ***Creatividad***

Según Sánchez ( 2018) “La creatividad, denominada también inventiva, pensamiento original, imaginación constructiva, pensamiento divergente, pensamiento creativo, es la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales”. La creatividad no es más que la unión de la imaginación con la práctica el pensar en algo y el de producirlo mediante destrezas y habilidades propias del ser humano, es en sí la capacidad para trabajar el propio conocimiento durante el proceso educativo.

### ***Ecosistema de emprendimiento***

El autor Spigel (2020) indica que los ecosistemas de emprendimiento como combinaciones de elementos (sociales, políticos, económicos y culturales) dentro de



una región, los cuales propician el desarrollo y crecimiento de start-ups y alientan, tanto a los emprendedores como a otros actores, a tomar riesgos para embarcarse en la decisión de crear empresas basadas en la innovación.

### ***Emprendedor***

Es considerado como un gestor financiero que se enfrenta al reto de iniciar un negocio sin tener conocimientos previos. Un emprendedor es un intermediario que compra artículos a un coste determinado y vende a un coste generando una utilidad. Un emprendedor tiene lucidez sobre los objetivos del negocio, la naturaleza de los productos a entregar y los auxiliares. Esencialmente el negocio consiste en obligar a la correspondencia a hablar con sus clientes, representantes, proveedores y prestamistas para prevalecer como un visionario del negocio (Loor, 2020).

### ***Estrategia***

Para Ronda (2017) “el término estrategia es de origen griego Estrategia estrategos o la especialidad del conjunto en la guerra, procedente de la combinación de dos palabras: stratos (fuerza armada) y agein (conducir, dirigir), en sí misma la técnica es el oficio de coordinar o dirigir” ( p.1).

### ***Estrategia de ventas***

Dentro de las estrategias de ventas se incluye al marketing ya que este consiste en promover, vender y distribuir los bienes o servicios destacando los beneficios del producto que se le pueden otorgar al cliente. En esta parte las responsabilidades de cada grupo están estrechamente vinculadas (Chuang, 2019).

### ***Emprendimientos en el mercado de víveres***

Los emprendimientos en el Mercado de Transferencia de víveres suelen estar conformados por pequeños y medianos empresarios que buscan aprovechar las

oportunidades comerciales en la distribución de alimentos. Estos emprendimientos juegan un papel fundamental en la economía local, ya que contribuyen a la generación de empleo y al desarrollo económico. (García, M., & Rodríguez, J , 2019).

### ***Espíritu emprendedor***

Son las ganas que tiene una persona de emprender, es alguien capaz de identificar oportunidades, cuenta con habilidades para desarrollar un nuevo concepto de negocio; esto es, detectar problemas y convertirlos en oportunidades (Cao & Shi).

### ***Sistema emprendedor***

El sistema emprendedor de Guayaquil, uno de los principales polos económicos de Ecuador, se caracteriza por un ecosistema dinámico, en el cual convergen diversas iniciativas empresariales que van desde pequeños emprendedores hasta empresas de mayor envergadura. El sistema emprendedor de Guayaquil está compuesto por instituciones y programas que apoyan el desarrollo de emprendedores en la ciudad, como (Alcaldía de Guayaquil, 2021).

### ***Ventas***

El trato con el cliente puede caracterizarse como la actividad por la que un individuo comunica a otro la propiedad que éste tiene sobre un bien o derecho, a cambio de un coste decidido. También puede decirse que un trato es el intercambio de responsabilidad por un artículo a cambio de una paga en metálico, administración o en especie. Es una interacción poderosa y sigue un ciclo, que requiere tiempo, organización y estrategias para lograr resultados ideales (Vázquez, 2018).

### **Marco Legal**

El Ecuador tiene como objetivo principal fomentar y regular actividades de los emprendedores que favorezcan la creación de nuevos negocios apoyando el desarrollo

Tecnológico del país esta ley busca incentivar el emprendimiento así como el fortalecimiento del ecosistema emprendedor y promover cultura de creación de negocios en todos los sectores de la sociedad ecuatoriana. la Ley Orgánica de emprendimiento e Innovación se encuentra enfocada a orientar a los sectores involucrados en el sistema emprendedor públicos privados abarcando variedades en formas de la economía desde la privada hasta la economía popular y solidaria se encarga de apoyar a las cooperativas asociaciones comunidades y artesanos (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020)

Un aspecto crucial de la ley es que se cree un marco interinstitucional que contribuya a la colaboración entre entidades públicas y privadas para generar acciones que permitan a los emprendedores el acceso a recursos de apoyo como el financiamiento, asesorías, capacitaciones, formación académica, lo cual resulta imprescindible para la sostenibilidad de los emprendimientos. Cabe recalcar que esta ley además busca simplificar aquellos trámites administrativos y legales que no son tan necesarios para la creación de las empresas, con lo cual se reducen las barreras burocráticas que han venido dificultando los emprendimientos en Ecuador a lo largo del tiempo.

Esta Ley, además introduce modalidades societarias flexibles que brindan acceso a la creación de empresas no solo en la modalidad de micro emprendimientos sino pymes como tal, las cuales se pueden crear con menos capital promoviendo así la inclusión de pequeños negocios en el ecosistema emprendedor. Esto completa las políticas públicas gubernamentales que hace que existan acceso a créditos, inversiones por parte de diferentes instituciones que brinden apoyo a los emprendedores. Además, esta ley hace que el mercado ecuatoriano sea más competitivo e innovador.

Al facilitar el establecimiento de nuevas organizaciones y el acceso a actividades monetarias y especializadas, esta normativa puede ser un factor decisivo para la dinamización de este mercado específico. De hecho, los empresarios del barrio querrán beneficiarse de la mejora de la metodología y de las motivaciones de los deberes, estableciendo un mejor clima para nuevos impulsos útiles. A medida que se refuerce el sistema biológico pionero, es normal que más individuos se vean instados a abrazar la aventura empresarial por aquí, lo que se sumará al avance y al giro financiero cercano.

La conexión entre la ley y el negocio en el mercado de Montebello se conecta además con la escolarización y la preparación de los visionarios del negocio. La ley avanza el entrenamiento extenso en la empresa de negocio, con una acentuación en la educación monetaria, el negocio de los ejecutivos, y las conexiones con el área útil. Esta preparación prepara a los visionarios empresariales para afrontar las dificultades del mercado, garantizando que las nuevas empresas puedan competir en un entorno dinámico y en continuo desarrollo.

## **Capítulo II.**

### **Metodología de la investigación**

El marco metodológico alude a los métodos y técnicas utilizados para la correcta ejecución de esta investigación. En este sentido, se incorporan aspectos como, por ejemplo, el enfoque, el alcance, los métodos, así como las técnicas e instrumentos para poder llevar a cabo el estudio, tal como la base de la población y la determinación de la muestra. En consecuencia, se introducen los principales aspectos de la investigación, que se inclinarán hacia la ejecución de la propuesta para brindar solución a la problemática.

### **Diseño de la investigación**

Según Hernández y Mendoza (2018) “Diseño es el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento” (p.45). El presente trabajo de investigación se encuentra enmarcado en el diseño de tipo no experimental y de corte transversal porque en este tipo de investigación ya han ocurrido los hechos y el investigador tiene que limitarse a la observación de situaciones ya existentes dada la capacidad de influir sobre las variables y sus efectos en un determinado tiempo.

### **Enfoque de la Investigación**

El enfoque aplicado a la presente investigación es mixto, tanto cuantitativo como cualitativo tal como se explica:

Cuantitativo. - Es aquel tipo de investigación que pretende dar resultados, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante la estadística. Se utilizan herramientas estadísticas, censos nacionales y cifras emitidos por instituciones

públicas y privadas, también se realiza encuestas a los emprendedores del mercado de Montebello con un cuestionario estructurado sobre las variables objetos del estudio para determinar las características de cada uno de ellos y conocer más a fondo la problemática (Sampieri & Hernández, 2018).

Cualitativo. - Se refiere al levantamiento de información relevante para obtener resultados de la investigación. Con la herramienta de entrevista estructurada se conoce las opiniones de los expertos en el tema de emprendimiento, negocios, y qué recomendarían ellos en base a su experiencia; con la finalidad de obtener información relevante que ayude a fortalecer la investigación, se incluyen los factores que permitan determinar se citaran aspectos que dan a conocer los beneficios y riesgos de emprender (Sampieri & Hernández, 2018).

### **Alcance de la investigación**

El alcance de la investigación se refiere a la extensión y los límites del estudio en términos de los aspectos que se abordan, el nivel de profundidad y la generalización de los resultados. Basado en el planteamiento del problema y los objetivos de tu estudio, el alcance de esta investigación es descriptivo y exploratorio ya que se pretende caracterizar los emprendimientos en el Mercado de Transferencia de víveres de Montebello, ubicado en el cantón Guayaquil, enfocándose en el perfil de los emprendedores, las características de sus negocios, los retos y las oportunidades que enfrentan en su operación.

Con el alcance Descriptivo, este estudio tiene como objetivo describir las características actuales de los emprendimientos en el Mercado de Transferencia de víveres en Guayaquil, considerando aspectos como:

- Las características socio-demográficas de los emprendedores.
- Las condiciones operativas y comerciales de los negocios.
- Las barreras y oportunidades que enfrentan los emprendedores en el contexto del mercado (Hernández & Mendoza, 2018).

Con el alcance exploratorio, se pretende conocer más a fondo la problemática, dado que el tema de los emprendimientos en el mercado mayorista de víveres en Guayaquil no ha sido ampliamente estudiado, la investigación tiene un enfoque exploratorio en cuanto a los factores que afectan el éxito o fracaso de estos negocios. Se busca identificar áreas clave de oportunidad y los principales desafíos de los emprendedores.

### **Tipo de estudio**

Investigación exploratoria. - Este tipo de investigación permite realizar un sondeo para poder tener una idea clara del problema a investigar, con sus causas y consecuencias.

Investigación descriptiva. - Esta investigación es descriptiva ya que según Stewart (2024) “brinda a los investigadores la capacidad de poder presentar el estudio de acuerdo a los hechos de forma natural sin manipular ningún tipo de variable, es decir, no experimental se centra en retratar los detalles en contextos específicos” (p.1).

### **Métodos de investigación**

**Método inductivo-deductivo.** - Este método se basa en la integración de lo particular hasta llegar a lo general y viceversa, con el fin de relacionar los hechos particulares, incluye la observación, posibilitó el análisis de los resultados de las

indagaciones empíricas, permitiendo llegar a generalizaciones construir alternativas de solución para la problemática y con ello poder establecer conclusiones y recomendaciones.

**Método Estadístico.** - Por medio de este método se recopila información de los emprendedores del mercado de Montebello, se tabula utilizando un programa estadístico y posteriormente se realiza un análisis de los resultados obtenidos.

### **Técnicas e instrumentos**

Encuestas. – Esta técnica de investigación aplicada es más de tipo cuantitativo que cualitativo. Están compuestas por un cuestionario de preguntas separadas por secciones para conocer a fondo las características de los emprendedores del mercado de Montebello, las respuestas de estas serán elegidas por el encuestado a su conveniencia. Esta técnica es más de tipo cuantitativo puesto que para su tabulación necesariamente se utilizan herramientas numéricas (Hernández & Mendoza, 2018).

Entrevistas. - Tiene como finalidad conocer el criterio o pensamiento que tiene un individuo acerca de un tema específico o particular, en este caso estamos hablando de una entrevista individual dirigida a expertos en el tema de emprendimientos. Dado que las preguntas formuladas son abiertas, estas tienen respuestas abiertas al subjetivismo u objetivismo. Al final éstas sirvieron como medios para analizar y exponer posibles mejoras, concluir y en algunos casos recomendar para los emprendedores del mercado de Montebello (Hernández & Mendoza, 2018).

### **Población y muestra**

Según Arrata (2018) “Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones” (p.45). La



población del presente estudio fueron las pymes de la ciudad de Guayaquil, la cual se delimita de la siguiente manera:

**Tabla 2. Delimitación del estudio**

<b>Delimitación</b>	<b>Proceso</b>
<b>Área de Investigación</b>	Empresas
<b>Área de Conocimiento</b>	Emprendimiento, innovación
<b>Lugar</b>	Guayaquil
<b>Población</b>	Finita
<b>Número de Población a estudiar</b>	612 emprendedores de Montebello

*Nota.* Tomado de (Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, 2023)

La población está conformada por todos los emprendedores de Montebello, siendo esta un total de 612 personas.

### **Selección de la muestra**

El muestreo es a conveniencia en el cual se indica que no todos los miembros de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos. Se aplica la fórmula de la muestra para poblaciones finitas cuando se conoce con exactitud su tamaño, en este caso se aplica sobre 612 personas que son emprendedores del mercado de Montebello que tienen estudios superiores, a los que se encuentran en un rango de edad entre los 25 y 30 años de acuerdo al informe GEM, la fórmula es la siguiente:

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

Se toma en cuenta lo siguiente:

- Z: Nivel de confianza. - Se trabajó con un 95% de nivel de confianza para que se encuentre definido dentro del intervalo de confianza, por lo tanto, el coeficiente sería  $Z = 1,962$
- e: Error de confianza. - Es de 0,05, es decir, un margen de error del 5%
- p: Probabilidad de éxito que en este caso es;  $p = 0.50$
- q: Probabilidad de fracaso que en este caso es,  $q = 1-p$  es 0.50
- N: 96 estudiantes de EBGs

Aplicando la fórmula, se tiene:

$$n = \frac{612 * 0.50 * 0.50}{\frac{(612 - 1)e^2}{(1.96)^2} + 050 * 0.50}$$

$$n = \frac{153}{\frac{(611)0.0025}{3.8416} + 050 * 0.50}$$

$$n = 239.33$$

$$n = 239$$

La encuesta se aplica a 239 emprendedores del Mercado de Montebello de la ciudad de Guayaquil.

### **Recolección de datos o técnica de recogida de datos**

Para poder realizar la recopilación de la información, se aplicó un cuestionario mencionado en la sección anterior, acerca del GEM, explícitamente en la encuesta y

la entrevista. Las preguntas que forman parte de los cuestionarios son aplicadas a la población objetivo que son los emprendedores del Mercado de Montebello de la ciudad de Guayaquil y son realizadas en base a lo expuesto en el modelo de emprendimiento mencionado, con lo cual se puede conocer y caracterizar a los emprendedores del lugar.

El sondeo se centró en los dueños de los locales establecidos en el Mercado Montebello de Guayaquil, el objetivo fundamental de este impulso es presentar tanto la circunstancia actual de los emprendedores del sitio como conocer las motivaciones, retos y desafíos que enfrentan en el día a día estos emprendedores.

También se utilizaron herramientas estadísticas para determinar el tamaño de la muestra, esto con una fórmula para muestreo de poblaciones finitas. Con ello se pudo establecer la cantidad de sujetos que se incorporarían para la aplicación de la encuesta

La encuesta se envió de forma cuidadosa y veraz según la accesibilidad de los delegados de los emprendimientos en el mercado de Montebello, de igual forma se contó con el apoyo de expertos en Marketing, Emprendimiento, Finanzas, que contribuyeron con información valiosa a través del cuestionario de entrevistas.

### **Análisis de datos**

Para el examen de la información recopilada a través de las encuestas aplicadas a emprendedores como instrumento de medición, se utilizó una investigación clara con estadística descriptiva. Con este tipo de análisis se pudo recolectar información de relevancia para organizar los datos obtenidos a través del instrumento. Este tipo de investigación permitió reconocer las formas de comportamiento, los patrones,

tendencias, preferencias y patrones que se dieron como resultado del levantamiento de la información.

De igual modo, permitió una descripción más exacta de los objetivos que debían alcanzarse, así como la investigación de diversas perspectivas relacionadas con las organizaciones consideradas, por ejemplo, el tamaño del desarrollo, el apoyo, la socioeconomía de la población y otros aspectos pertinentes para el modelo. El análisis estadístico descriptivo resultó siendo un método adecuado para investigaciones descriptivas, ya que permitió introducir los datos de forma clara y breve, sin hacer conjeturas o especulaciones más allá de la información recopilada. Para realizar esta investigación, se utilizó un software particular que cumplía los requisitos particulares de la investigación.

## Capítulo IV.

### Resultados

#### 4.1. Presentación de Resultados de la encuesta

Se aplicaron las encuestas a 239 personas que tienen emprendimientos en el Mercado de Montebello de la ciudad de Guayaquil, obteniendo los siguientes resultados:

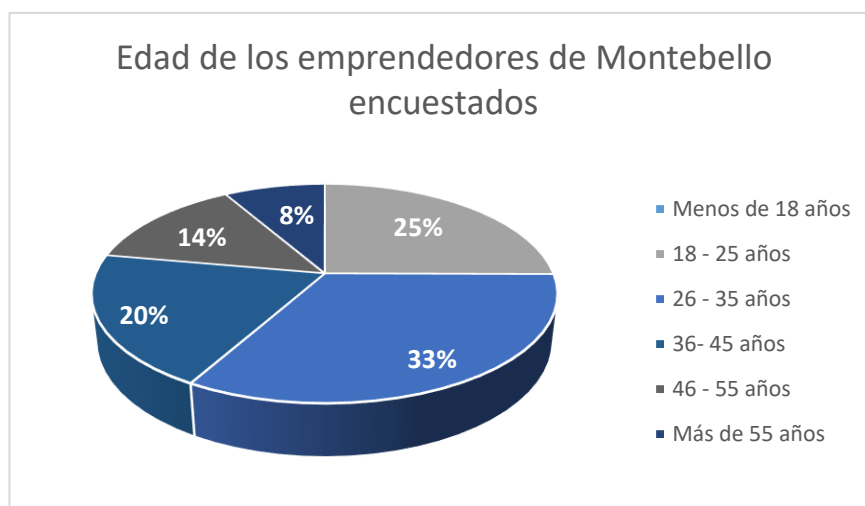
##### 1. ¿Cuál es su edad?

**Tabla 3.** *Edad de los encuestados*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 18 años	0	0%
18 - 25 años	60	25%
26 - 35 años	79	33%
36- 45 años	47	20%
46 - 55 años	33	14%
Más de 55 años	20	8%
Total	239	100%

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 2.** *Edad de los encuestados*



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

## Análisis e interpretación

Para empezar, los resultados en esta interrogante de la proporción de edad de los emprendedores del Mercado de Montebello, demuestran que el 33% de los emprendedores encuestados estuvieron en un rango de edad comprendido entre los 26 y 35 años, el 25% de 18 a 25 años, el 20% entre 36 a 45 años de edad, el 14% de 46 a 55 años, y el 8% fueron mayores de 55 años. Estos resultados reflejan una participación notable de emprendedores jóvenes en el Mercado de Montebello.

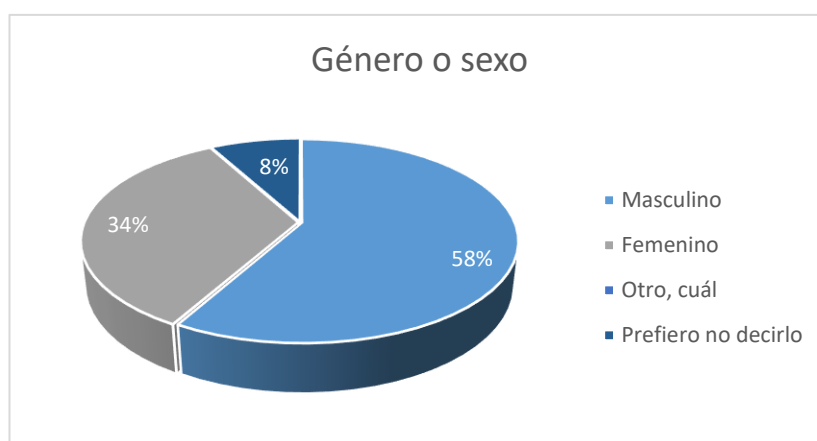
### 2. ¿Cuál es su sexo?

**Tabla 4.** *Sexo de los encuestados*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	139	58%
Femenino	81	34%
Otro, cuál	0	0%
Prefiero no decirlo	19	8%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 3.** *Sexo de los encuestados*



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

## Análisis e interpretación

Los resultados en esta interrogante de la proporción de género de los emprendedores del Mercado de Montebello, demuestran que el 58% de los emprendedores encuestados fueron de género masculino, el 34% femenino y el 8% prefirió no decirlo. Estos resultados reflejan una participación notable de emprendedores varones en el Mercado de Montebello de la ciudad de Guayaquil.

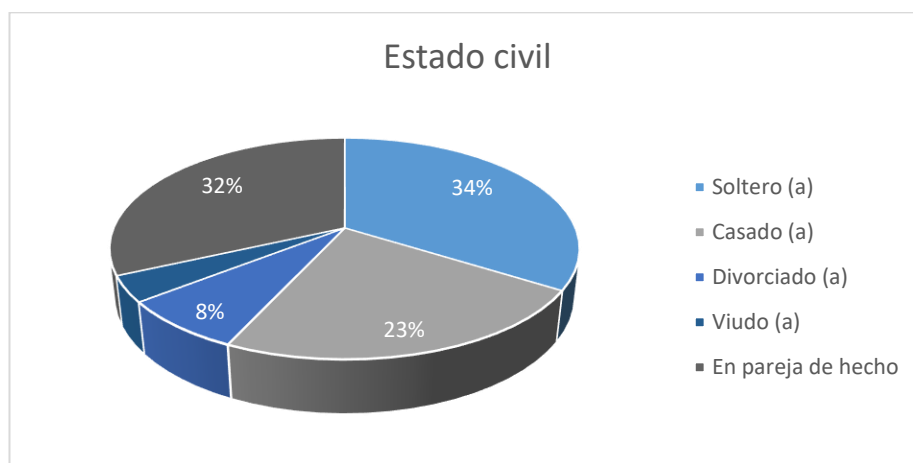
### 3. ¿Cuál es su estado civil?

**Tabla 5.** Estado civil de los encuestados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Soltero (a)	81	34%
Casado (a)	55	23%
Divorciado (a)	18	8%
Viudo (a)	9	4%
En pareja de hecho	76	32%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 4.** Estado civil de los encuestados



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

## Análisis e interpretación

Los resultados demuestran que el 34% de los emprendedores del Mercado de Montebello, son solteros, el 32% se encuentra en pareja de hecho, el 23% son casados, el 8% divorciados, y el 4% viudos. Estos resultados dejan ver una notable participación de los solteros en el Mercado de Montebello de Guayaquil.

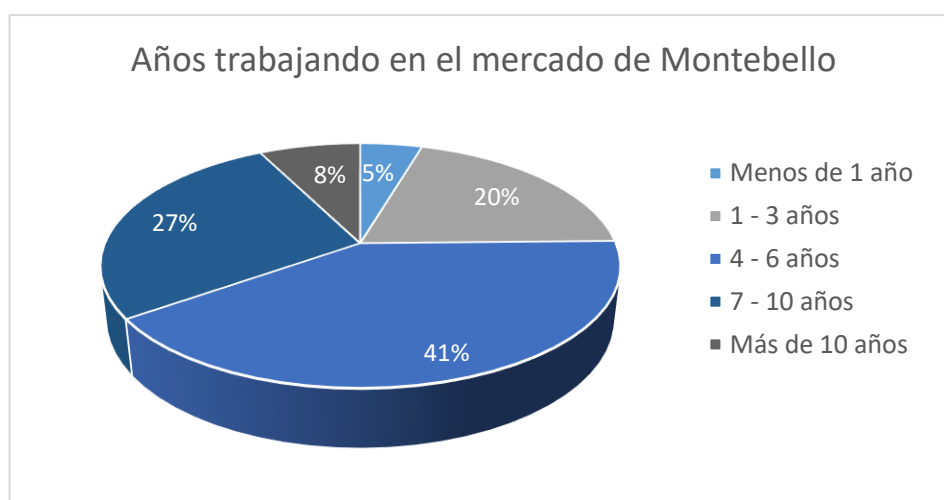
### 4. ¿Cuántos años lleva trabajando como emprendedor en el mercado de Montebello?

**Tabla 6.** Años que llevan trabajando en el mercado Montebello

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	11	5%
1 - 3 años	48	20%
4 - 6 años	97	41%
7 - 10 años	65	27%
Más de 10 años	18	8%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 5.** Años que llevan trabajando en el mercado Montebello



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil



## Análisis e interpretación

Los resultados en esta interrogante acerca de los años que llevan trabajando los emprendedores en el Mercado de Montebello, demuestran que el 41% tiene entre 4 y 6 años en el negocio, el 27% entre 7 y 10 años, el 20% entre 1 y 3 años, el 8% más de 10 años, y el 5% menos de 1 año. Estos resultados indican que la mayoría de los emprendedores llevan más de media década en sus negocios establecidos en el Mercado de Montebello de la ciudad de Guayaquil.

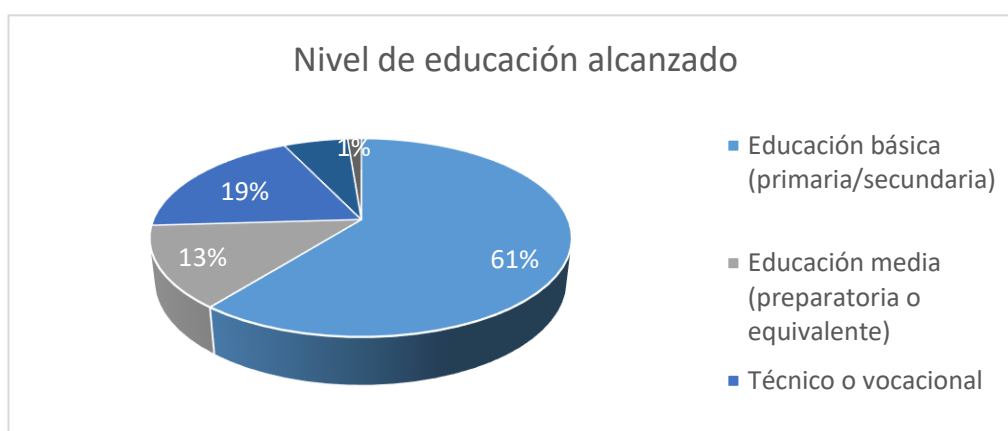
### 5. ¿Cuál es el nivel educativo más alto que ha alcanzado?

**Tabla 7.** Nivel de educación más alto alcanzado

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Educación básica	78	33%
Educación media	0	0%
Técnico vocacional	45	19%
Licenciatura	111	46%
Maestría o PhD	5	2%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 6.** Nivel de educación más alto alcanzado



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

## **Análisis e interpretación**

Los resultados en esta interrogante acerca del nivel de estudios más alto alcanzado de los emprendedores en el Mercado de Montebello, demuestran que el 46% posee estudios superiores de Licenciatura o tercer nivel, el 33% estuvo en un nivel de estudio de educación básica, ya sea esta primaria o secundaria, el 19% un nivel técnico vocacional, y el 2% contó con estudios en Maestría o PhD. Estos resultados indican que la mayoría de los emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil cuentan con estudios superiores, lo cual hace que tengan más conocimientos técnicos y académicos que la media de los emprendedores a nivel local.

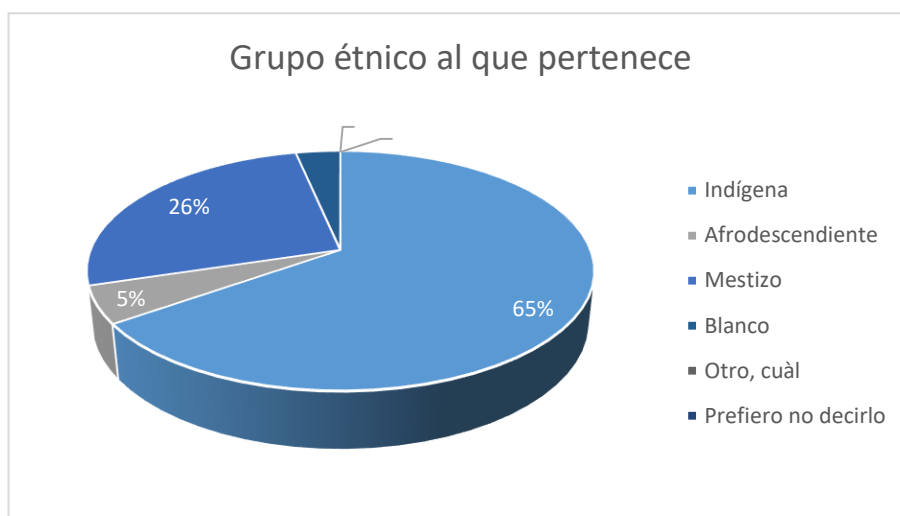
### **6. ¿A qué grupo étnico se considera que pertenece?**

**Tabla 8.** *Grupo étnico al que pertenece el emprendedor encuestado*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Indígena	156	65%
Afrodescendiente	12	5%
Mestizo	63	26%
Blanco	8	3%
Otro, cuál	0	0%
Prefiero no decirlo	0	0%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 7.** Grupo étnico al que pertenece el emprendedor encuestado



### **Análisis e interpretación**

Los resultados en esta interrogante acerca del grupo étnico al que pertenecen los emprendedores del Mercado de Montebello, es que el 65% pertenecen a la etnia indígena, el 26% mestizos, el 5% afrodescendientes, y el 3% blancos. Estos resultados indican que la mayoría de los emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil son indígenas, es decir, la raza predominante en la parte de la Amazonía y Sierra del país.

### **7. ¿Además de ser emprendedor, tiene otra ocupación? En caso de responder que sí, por favor indique cuál**

**Tabla 9.** Otra ocupación además de ser emprendedor

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	194	81%
Sí	45	19%
Mecánico/aluminio		
Taxista informal		
Costurera		
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 8.** Otra ocupación además de ser emprendedor



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

### **Análisis e interpretación**

Los resultados en esta interrogante acerca de si el emprendedor del Mercado de Montebello tiene otra ocupación a más de su emprendimiento, ante lo cual el 81% se dedica solamente a su negocio, sin embargo, el 19% si posee otra actividad, entre estas destacaron: mecánica, aluminio, taxista informal y costurera. Estos resultados indican que la mayoría de los emprendedores encuestados se dedican al 100% a su negocio, es decir, al emprendimiento que poseen en el Mercado de Montebello.

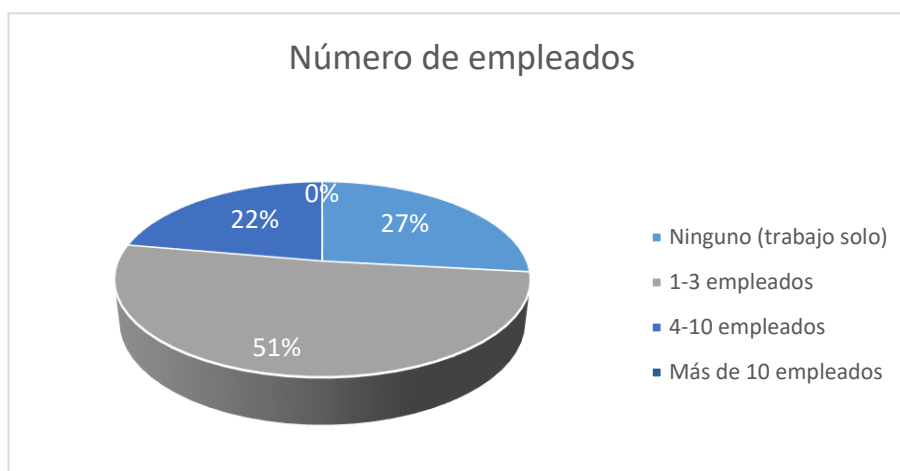
### **8. ¿Cuántos empleados tiene en su negocio?**

**Tabla 10.** Empleados en el negocio del emprendedor encuestado

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno (trabajo solo)	64	27%
1-3 empleados	122	51%
4-10 empleados	53	22%
Más de 10 empleados	0	0%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 9.** Empleados en el negocio del emprendedor encuestado



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

### **Análisis e interpretación**

Los resultados en esta interrogante acerca de la cantidad de empleados que tiene el emprendedor del Mercado de Montebello demuestra que, el 51% tiene entre 1 y 3 empleados, el 27% trabaja solo, el 22% posee entre 4 y 10 empleados. Estos resultados indican que la mayoría de los emprendedores encuestados poseen no más de 3 empleados en sus emprendimientos en el Mercado de Montebello.

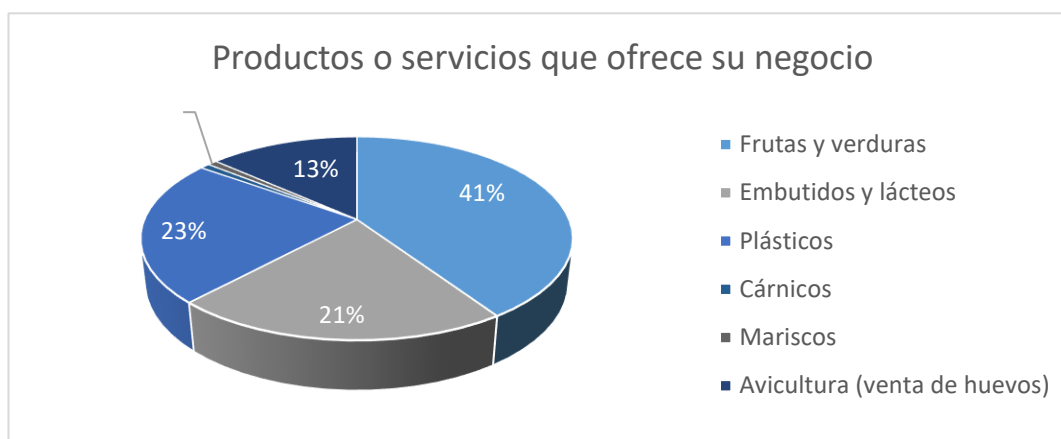
### **9. ¿Qué tipo de productos o servicios ofrece su negocio?**

**Tabla 11.** *Productos o servicios que ofrece*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Frutas y verduras	97	41%
Embutidos y lácteos	51	21%
Plásticos	55	23%
Cárnicos	2	1%
Mariscos	2	1%
Avicultura (venta de huevos)	32	13%
Otros (especificar)	0	0%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 10.** *Productos o servicios que ofrece*



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

### **Análisis e interpretación**

Los resultados en esta interrogante acerca de los productos que ofrecen los emprendedores del Mercado de Montebello, demuestran que, el 41% tiene local de frutas y verduras, el 21% embutidos y lácteos, 23% plásticos, el 13% avicultura, el 1% cárnicos, y otro mínimo porcentaje (1%) mariscos, ya que sólo hay dos locales de venta de estos productos. Estos resultados indican que la mayoría de los emprendedores encuestados poseen locales de frutas y verduras en el Mercado.

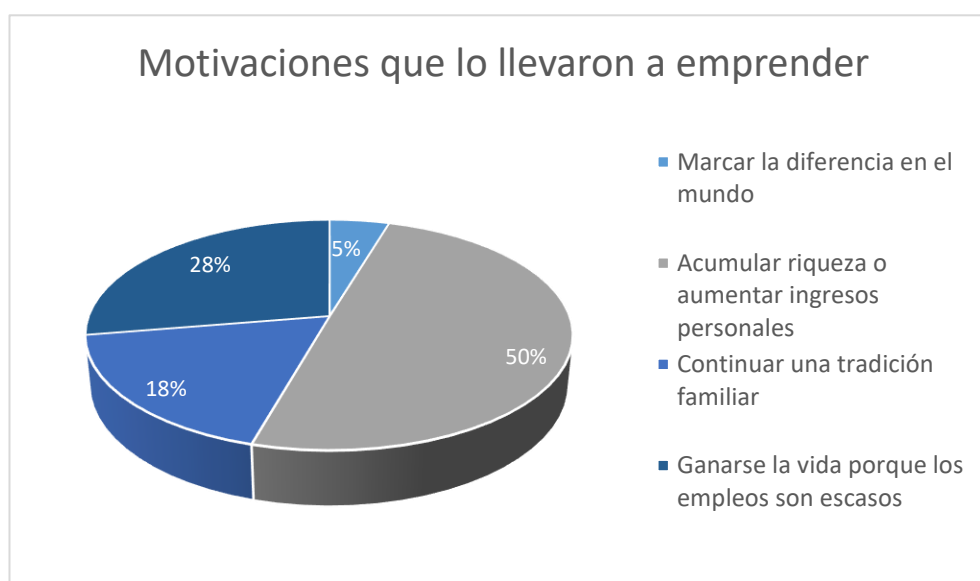
### **10. ¿Cuáles son las motivaciones que lo llevaron a emprender?**

**Tabla 12.** *Motivaciones para emprender*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Marcar la diferencia en el mundo	11	5%
Acumular riqueza o aumentar ingresos personales	119	50%
Continuar una tradición familiar	43	18%
Ganarse la vida porque los empleos son escasos	66	28%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 11.** *Motivaciones para emprender*



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

### **Análisis e interpretación**

Los resultados en esta interrogante acerca de las motivaciones que lo llevaron a emprender, demuestran que el 50% de los emprendedores lo hizo por acumular riqueza o aumentar sus ingresos personales, el 28% por ganarse la vida ya que los trabajos están escasos, el 18% por continuar una tradición familiar, y el 5% por marcar la diferencia en el mundo. Estos resultados indican que la mayoría de los emprendedores encuestados pusieron sus negocios en el Mercado Montebello de la ciudad de Guayaquil por aumentar sus ingresos personales.

### **11. ¿Cuál es el rango de ingresos mensuales de su negocio?**

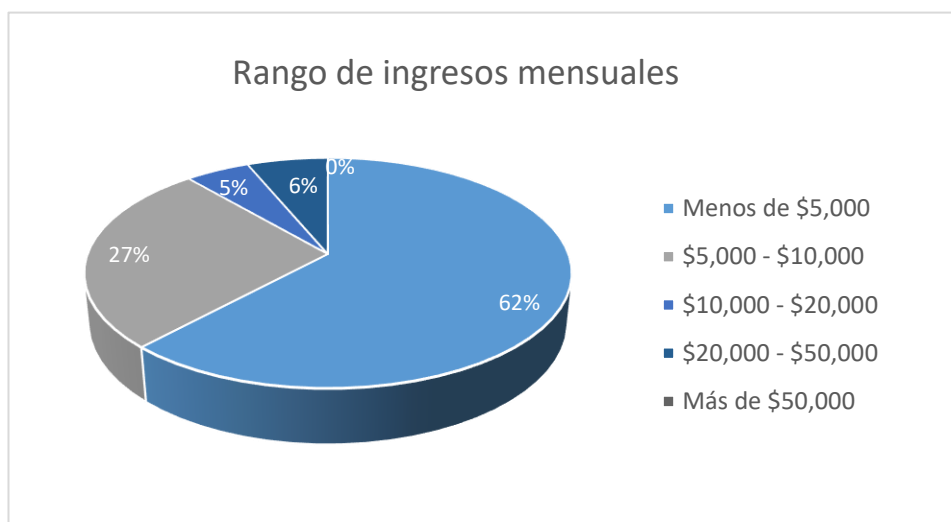
**Tabla 13.** *Rango de ingresos mensuales para su negocio*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$5,000	148	62%
\$5,000 - \$10,000	64	27%
\$10,000 - \$20,000	12	5%

\$20,000 - \$50,000	15	6%
Más de \$50,000	0	0%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 12.** Rango de ingresos mensuales para su negocio



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

### **Análisis e interpretación**

Los resultados en esta interrogante acerca del rango de ingresos que poseen los emprendedores del Mercado de Montebello, demuestran que, el 62% tiene unos ingresos de menos de \$5.000 mensuales, el 27% entre \$5.000 y \$10.000, el 6% entre \$20.000 y \$50.000. Estos resultados indican que la mayoría de los emprendedores encuestados se encuentran ganando un máximo de \$5000 mensuales, lo cual indica que es una ganancia considerable comparado con el ingreso mínimo que percibe la población ecuatoriana.



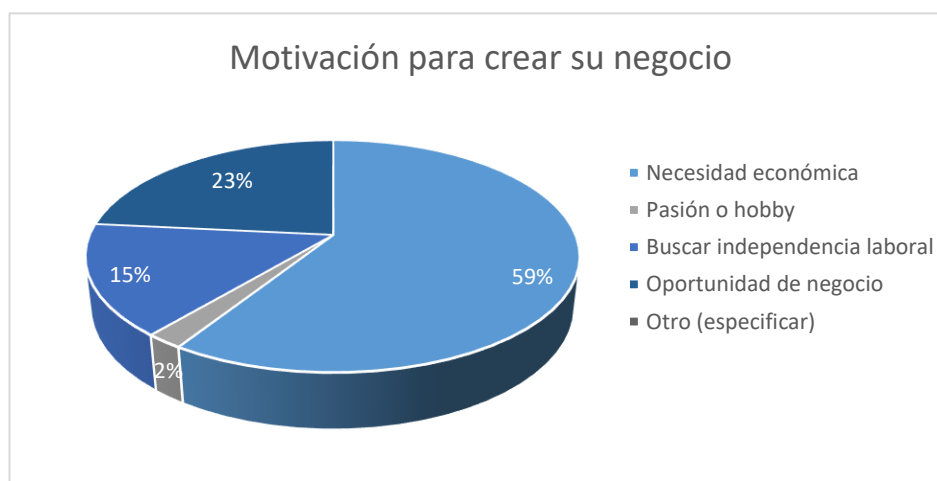
## 12. ¿Qué motivó la creación de su negocio?

**Tabla 14.** Motivación para la creación del negocio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Necesidad económica	141	59%
Pasión o hobby	5	2%
Buscar independencia laboral	37	15%
Oportunidad de negocio	56	23%
Otro (especificar)	0	0%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 13.** Motivación para la creación del negocio



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

### Análisis e interpretación

Los resultados en esta interrogante acerca de la motivación para emprender, demuestra que el 59% de los emprendedores lo hizo por necesidad económica, el 23% oportunidad de negocio, el 15% por buscar independencia laboral, y el 2% por hobby.

Estos resultados indican que la mayoría de los emprendedores encuestados decidió emprender por necesidad económica.

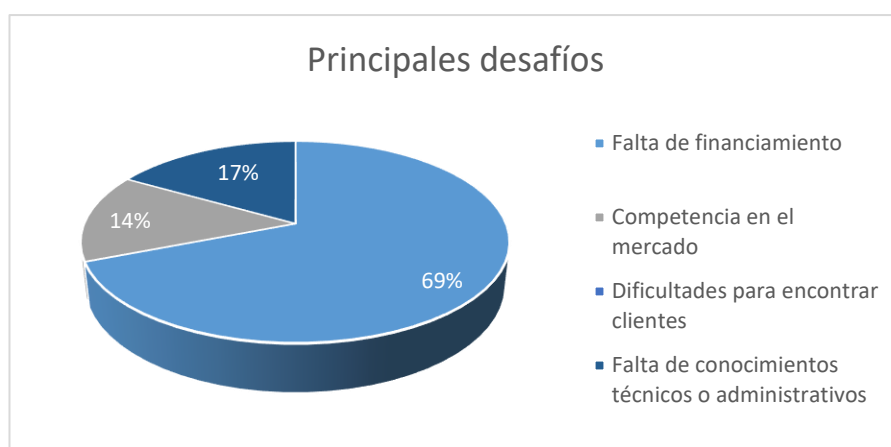
### 13. ¿Cuáles considera que son sus principales desafíos como emprendedor?

**Tabla 15.** Principales desafíos como emprendedor

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Falta de financiamiento	165	69%
Competencia en el mercado	34	14%
Dificultades para encontrar clientes	0	0%
Falta de conocimientos técnicos o administrativos	40	17%
Otro (especificar)	0	0%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 14.** Principales desafíos como emprendedor



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

### Análisis e interpretación

Los resultados en esta interrogante acerca de los principales desafíos que enfrentan los emprendedores, demuestran que el 69% se enfrenta a la falta de

financiamiento, el 17% se enfrenta a la falta de conocimientos técnicos o administrativos, y el 14% la competencia en el mercado. Estos resultados indican que la mayoría de los emprendedores encuestados se enfrenta a grandes desafíos, principalmente la falta de recursos financieros o accesos a créditos o financiamientos.

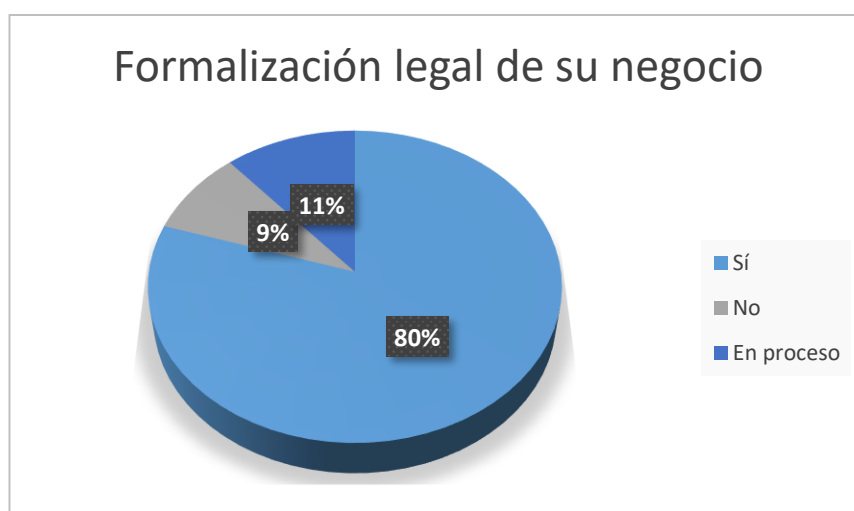
**14. ¿Tiene su negocio algún tipo de formalización legal (¿registros municipales, patentes?, etc.)?**

**Tabla 16.** *Formalización legal en el negocio*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	191	80%
No	21	9%
En proceso	27	11%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 15.** *Formalización legal en el negocio*



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

## Análisis e interpretación

Los resultados en esta interrogante acerca de si el negocio de los emprendedores tiene formalización legal, demuestran que el 80% de los encuestados sí posee algún tipo de certificación legal, el 11% se encuentra en proceso y 9% no están formalizados, hay emprendedores que operan en la informalidad, posiblemente debido a barreras como los costos de registro, desconocimiento de los procesos o falta de incentivos. Estos resultados indican que la mayoría de los emprendedores encuestados cuenta con registros municipales, patentes, y demás permisos para el correcto funcionamiento de su emprendimiento, mientras que los que se encuentran en proceso es porque aún son nuevos en el Mercado de Montebello.

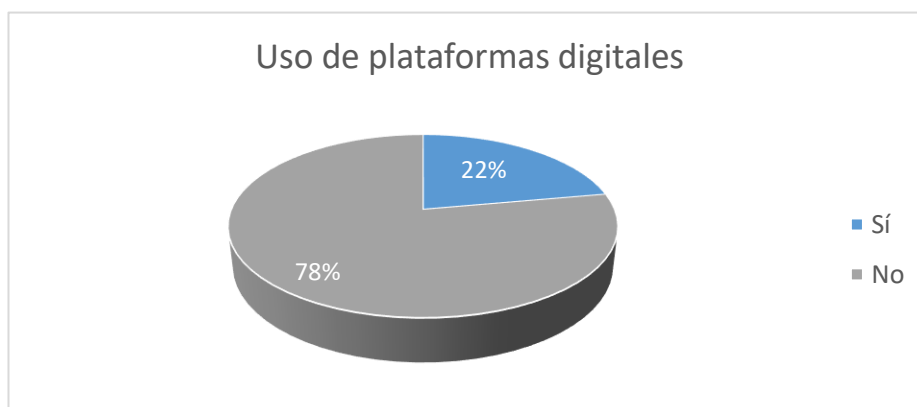
### 15. ¿Utiliza plataformas digitales (página web, redes sociales, aplicaciones, etc.) para promocionarse e innovar su negocio?

**Tabla 17.** *Uso de plataformas digitales para promocionarse en el negocio*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	53	22%
No	186	78%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 16.** *Uso de plataformas digitales para promocionarse en el negocio*



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

## **Análisis e interpretación**

Los resultados en esta interrogante si utiliza plataformas digitales, demuestran que el 78% de los emprendedores no utiliza, el 22% lo hace, pero más para uso de plataformas de mensajería instantánea como para hacer pedidos a proveedores, cotizaciones, etc. Estos resultados indican que la mayoría de los emprendedores encuestados sí utiliza plataformas como páginas web, redes sociales y demás aplicaciones móviles para realizar publicidad a sus negocios.

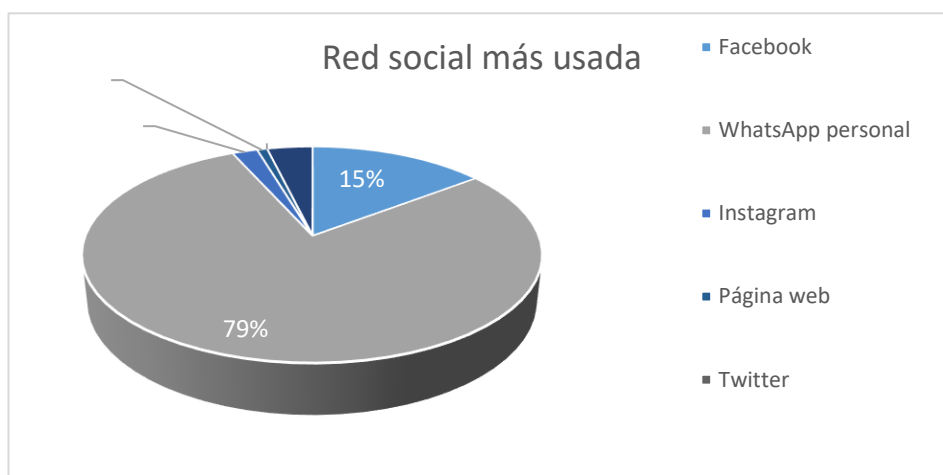
### **16. ¿Si la pregunta anterior, respondió que sí, por favor indique qué red social utiliza más seguido?**

**Tabla 18.** *Red social más utilizada*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Facebook	35	15%
WhatsApp personal	188	79%
Instagram	5	2%
Página web	2	1%
Twitter	0	0%
App de mensajería instantánea como WhatsApp Business	9	4%
Otros (especificar)	0	0%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 17.** Red social más utilizada



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

### **Análisis e interpretación**

Los resultados en esta interrogante acerca de la red social más utilizada por los emprendedores demuestran que, el 79% utiliza WhatsApp personal, el 15% Facebook, el 4% aplicación de mensajería instantánea como WhatsApp Business, el 2% Instagram y el 1% página web. Los resultados demuestran que la mayoría de los emprendedores no maneja redes sociales para manejar su emprendimiento en el Mercado de Montebello, sin embargo, utilizan WhatsApp para comunicarse con clientes y proveedores.

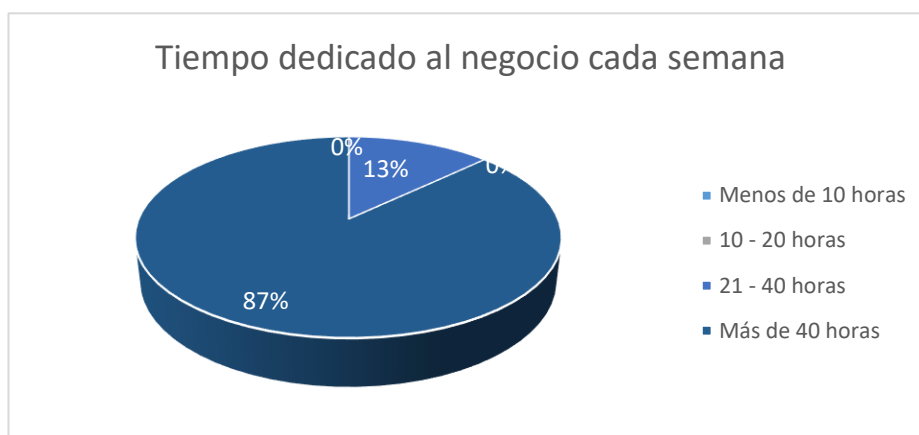
### **17. ¿Cuánto tiempo dedica a la gestión de su negocio semanalmente?**

**Tabla 19.** Horas dedicadas a la gestión de su emprendimiento semanalmente

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de 10 horas	0	0%
10 - 20 horas	0	0%
21 - 40 horas	31	13%
Más de 40 horas	208	87%
	0	0%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 18.** Horas dedicadas a la gestión de su emprendimiento semanalmente



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

### **Análisis e interpretación**

Los resultados en esta interrogante acerca de cuantas horas a la semana dedican a la gestión de su negocio, demuestran que el 87% de los emprendedores dedica más de 40 horas, el 13% entre 21 y 40 horas a la semana. Los resultados obtenidos indican que la mayoría de los emprendedores dedica más de 40 horas semanales a la gestión de sus negocios por lo cual aseguraron que tienen buenos resultados en términos monetarios.

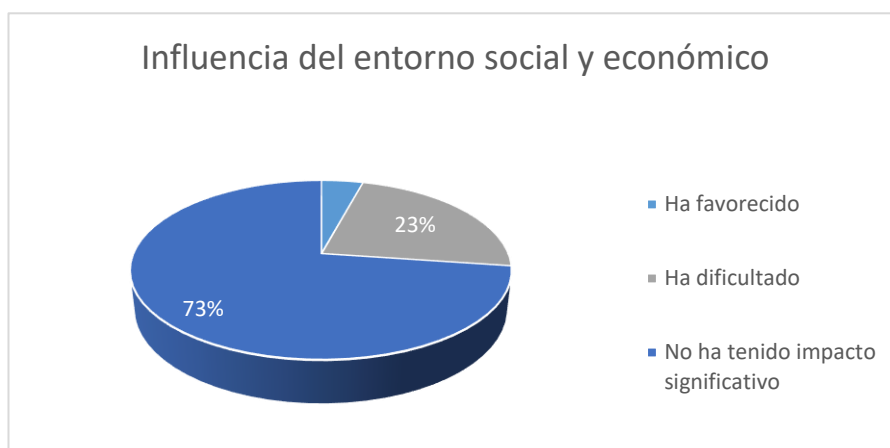
### **18. ¿Considera que el entorno social y económico en Montebello ha favorecido o dificultado el éxito de su negocio?**

**Tabla 20.** El entorno de Montebello ha favorecido el éxito de su negocio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ha favorecido	10	4%
Ha dificultado	55	23%
No ha tenido impacto significativo	174	73%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

**Figura 19.** *El entorno de Montebello ha favorecido el éxito de su negocio*



*Nota.* Tomado de encuestas aplicadas a emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil

### **Análisis e interpretación**

Los resultados en esta interrogante acerca del entorno y su influencia en los emprendimientos, demuestran que el 73% no ha tenido un impacto significativo en el emprendedor, el 23% si ha sido dificultoso, y el 4% indicó que ha favorecido. Los resultados obtenidos indican que la mayoría de los emprendedores no ha tenido mayor impacto en sus negocios, es decir, el entorno no ha sido influyente.

### **Resultados de la entrevista**

A continuación, se presenta en detalle las preguntas elaboradas a los expertos en temas de emprendimiento y de manera conjunta sus respuestas; esto como parte del modelo que propone el Global Entrepreneurship Monitor y se ha aplicado en la presente investigación:

Es necesario destacar que los expertos entrevistados fueron cinco personas, la primera fue la Lcda. en ciencias de la educación Mirian Ilvis, quien labora en un



instituto educativo más de 8 años y también trabaja en el mercado más de 3 años, su área de *expertise* es de Educación y Desarrollo de Capacidades, lo cual le permitió proporcionar opiniones valiosas para este estudio, a más de compartir su experiencia tanto en el sector educativo como en el mercado.

El Ing. Industrial César Rodríguez, quien trabaja en Holcim más de 10 años y también en el mercado desde hace más de 2 años, el área de *expertise* es de Optimización y procesos industriales, lo cual permite opinar y dar una visión clara acerca de los procesos, como optimizar recursos y la eficiencia en el manejo de negocios ya que es un emprendedor de éxito.

Ing. en alimento Luis Ávalos (tiene su fábrica llamada Pasteurizadora San Pablo, él es proveedor de productos en el mercado y también tiene su negocio de más de 20 años en el mercado, su área de *expertise* es la Producción y Suministro de Alimentos, con una amplia experiencia que hace que sus respuestas aporten a este estudio.

La emprendedora Anahí Guaraca, quien tiene más de 10 años trabajando en el mercado de víveres de Montebello, y tiene una amplia experiencia en la compra y venta de productos perecibles, lo cual hace que sea de mucha ayuda para este estudio, siendo la Srta. Anahí un referente sobre la dinámica y desafíos del emprendimiento en este sector.

La Licenciada en Comercio Exterior, Gabriela Quito, quien trabaja en el mercado hace 3 años, teniendo un área de especialidad de Comercio Internacional y Gestión Comercial en el Mercado de Víveres, haciendo que tenga una perspectiva valiosa sobre la logística, distribución y comercio internacional de productos en el mercado de víveres.

**Tabla 21.** *Respuestas de los expertos entrevistados*

<b>Pregunta</b>	<b>E1</b>	<b>E2</b>	<b>E3</b>	<b>E4</b>	<b>E5</b>
1. ¿Cuáles considera que son las principales características que definen a los emprendedores exitosos en el mercado de transferencia de víveres Montebello del cantón de Guayaquil?	Charlas de motivación.	Perseverancia, liderazgo.	Mantener el producto fresco.	Atención al Cliente y Productos de calidad.	Ser visionario Innovadores Persistentes y líderes.
2. ¿Desde su experiencia, ¿qué factores personales (edad, educación, motivaciones, etc.) influyen más en el éxito de los emprendedores en este sector?	Motivación a un futuro mejor para sus familias.	Ser más creativos buscar innovar.	En su educación.	Edad y Motivación.	La educación y las ganas que tenga de salir adelante.
3. ¿Cómo ha cambiado el perfil de los emprendedores en el mercado de transferencia de víveres de Montebello en los últimos años?	Poca motivación debido a la inseguridad que vive el país.	Ha cambiado bastante, debido a la inseguridad que tiene el país.	Tratando de mejorar cada día, para brindar un mejor servicio comercial.	La mayoría ya tienen más conocimiento y se actualizan para poder funcionar como un microempresario.	Mucho los miedos y temores.

4. ¿Qué desafíos comunes enfrentan los emprendedores en este sector y qué consejos les daría para superarlos?	Uno de los desafíos es la competencia entre emprendedores, se los superaría mediante la innovación y variedad de productos	Competencia. Miedos	Las competencias que hay al rededor del mercado por precios, y tiene que saber innovar y buscar la manera de buscar productos y precios para poder competir	Hoy la delincuencia y extorsión	Miedo por los cambios de horarios para trasladarse
5. ¿Cuál es la importancia de la formalización legal y administrativa en el éxito de un emprendimiento en este mercado? ¿Qué obstáculos encuentran los emprendedores en este aspecto?	Trabajar sin miedo a que clausuren el local, dentro de los obstáculos estaría el tiempo que demora en formalizar a los representantes por parte del ente gubernamental (Municipio)	La formalización legal y administrativa es fundamental para el éxito de un emprendimiento en el mercado de viveres en Montebello, ya que permite operar con mayor seguridad, acceder a financiamiento, generar confianza en los clientes y proveedores, y cumplir con las regulaciones fiscales y sanitarias	La mala organización de la administración general del mercado, es uno de los factores que más impide al emprendedor poder avanzar.	En la eventualidad de que el negocio esté formalizado a partir de ahora se pueden despachar organizaciones y la mayoría entiende lo que tiene en ítems y obligaciones.	Sentirse seguro del lugar donde trabaja y el obstáculo que existe es que no existen guardianía segura para los locales.
6. ¿Qué efecto tienen las etapas computarizadas	Las plataformas digitales han tenido un impacto significativo en el	Debido a ser un mercado mayorista, el impacto de plataformas digitales es baja, dado a	Debido a ser un mercado mayorista, el impacto de plataformas digitales es baja, dado a	Hoy en día el mundo es digital con los humanos de la generación milenial	Es un forma segura de llegar a los clientes y a

(organizaciones y la interpersonal, aplicaciones, etc.) en el desarrollo y percepción de los empresarios del área de grapas en Guayaquil?	crecimiento y la visibilidad de los emprendedores del sector de víveres en Guayaquil, permitiéndoles llegar a más clientes, mejorar su servicio y optimizar su logística. Redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp han facilitado la promoción de productos y la interacción directa con los consumidores, generando mayor confianza y fidelización.	que las personas que consumen prefieren publicidad física.	que las personas que consumen prefieren publicidad física.	pero no con la generación X.	su vez atraerlos.
7. ¿Qué rol juegan las habilidades de gestión y administración en el éxito de un emprendimiento en este sector, y cómo pueden los emprendedores mejorar estas habilidades?	Juegan un rol muy importante ya que de esto depende que el negocio valla creciendo.	Considero que las habilidades se las puede mejorar mediante un autoeducación individual	Las habilidades de gestión y administración son fundamentales para el éxito de un emprendimiento en el sector de víveres, ya que permiten organizar eficientemente los recursos,	Una buena administración ayuda a tomar decisiones estratégicas que impulsan el crecimiento y la sostenibilidad del negocio	Cumplen un rol importante debido a que para tener éxito en un emprendimiento, la clave es la buena administración, pueden mejorarlas con buen liderazgo ya que es la guía para alcanzar el éxito

		(capacitación)	optimizar costos, mantener un flujo de caja saludable y mejorar la relación con clientes y proveedores.		
8. ¿Qué cambios estructurales o económicos considera que deberían implementarse en el cantón de Guayaquil para fomentar el emprendimiento en el mercado de víveres?	Deberían crear leyes que apoyen al pequeño emprendedor y de esa manera motivarlos, además de brindarles seguridad	Es fundamental implementar programas de crédito accesibles para pequeños emprendedores, así como incentivos fiscales que reduzcan la carga tributaria en las etapas iniciales del negocio	Seguridad.- por la situación en la que vive el país la mayor parte de la población teme a emprender por miedo a la delincuencia y la extorsión.	Que el municipio controle más los camiones que entran a la ciudad de Guayaquil con productos y se hacen ferias libres.	Más que un cambio sería que las autoridades controlen el ingreso de los productos de las diferentes provincias a los mercados minoristas ya que esto ocasiona que en la ttv no haya mucho comercio.
9. ¿Qué perfil de emprendedor cree que tiene más probabilidades de tener éxito en este tipo de negocio? ¿Cuáles son sus fortalezas y debilidades típicas?	Ser cada día más motivadores, demostrando así el carisma al momento de atender al cliente.	El emprendedor con más probabilidades de éxito en el negocio de transferencia de víveres en Guayaquil es aquel que combina experiencia en el sector con habilidades de gestión, adaptabilidad y visión estratégica. Sus principales fortalezas incluyen la capacidad de negociación con	Un emprendedor perseverante, ya que son los que se adaptan a cualquier tipo de cambio, e innovan para la mejora del emprendimiento.	Al aplicar FODA como domino de dos y tres lenguas y debilidades la falta de aseo a diario del personal y del lugar de expendio lenguas; fortalezas: ser visionario, siempre estar un paso adelante, saber resolver cualquier complicación que se presente. Debilidades:	Paciencia, perseverancia, atención al cliente.

		proveedores, una gestión eficiente del inventario y el uso de herramientas digitales para ampliar su mercado. Sin embargo, sus debilidades pueden estar en la falta de formalización, resistencia a la innovación y dificultades en la logística. Para maximizar su éxito, es clave que invierta en capacitación, adopte nuevas tecnologías			llegar a ser conformista.
10. ¿Cómo ve el futuro del mercado de transferencia de víveres en Guayaquil? ¿Cuáles son las oportunidades que los nuevos emprendedores deberían aprovechar?	Un buen lugar para emprender, donde se debe aprovechar el uso de nuevas tecnologías para ofrecer variedad de productos	El futuro del mercado de transferencia de víveres en Guayaquil se perfila prometedor, impulsado por la digitalización, la demanda de todos productos. Los nuevos emprendedores tienen la oportunidad de aprovechar el auge del comercio	Un Mercado más administrado, y con mejores cambios.	Con una mejor administración.	Deberían aprovechar crecer con el emprendimiento una vez que le den la oportunidad de poder empezar en el mercado mayorista.

---

electrónico,  
creando  
plataformas  
de venta y  
distribución  
a domicilio  
de víveres  
frescos y de  
comercio  
justo,  
adaptándose  
a las  
tendencias  
de  
convenienci  
a y  
eficiencia.  
Además,  
pueden  
fortalecer  
alianzas con  
proveedores  
locales, para  
asegurar  
productos de  
calidad y  
promover el  
apoyo a la  
economía  
local

---

*Nota:* Tomado de la entrevista aplicada a expertos

## **Capítulo V.**

### **Propuesta**

#### **Introducción**

En el presente capítulo se puede ver la caracterización de los emprendedores del mercado mayorista de víveres de Montebello en la ciudad de Guayaquil dando cumplimiento al objetivo general de este trabajo investigativo para lograrlo se tuvo que analizar los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a lo largo del estudio. El principal propósito de esta investigación fue detallar las características sociodemográficas de los emprendedores, cuáles son sus motivaciones, riesgos desafíos, oportunidades, y qué los llevó a emprender, además de cómo perciben su entorno. Esta caracterización es crucial para poder comprender las dinámicas del mercado, el ecosistema emprendedor y los factores de incidencia en el éxito o fracaso que puedan tener los emprendimientos del sector antes mencionado.

Para llevar a cabo la estructura y el análisis correcto de los datos se hizo uso del modelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor), es decir, una herramienta que hace referencia a los comportamientos y contextos de los emprendedores desde una perspectiva de comparación. Este modelo ha facilitado la interpretación de las características de los emprendedores del mercado de Montebello de la ciudad de Guayaquil haciendo que se puedan identificar los factores claves para su desarrollo edad nivel educativo estado civil si tiene o no accesos a financiamientos motivaciones para emprender y otros elementos proporcionados por el informe GEM buscando reformular las políticas que favorezcan el emprendimiento local.



## **Caracterización de los Emprendedores de Montebello**

Edad y género:

El 33% de los emprendedores tiene entre 26 y 35 años, lo que deja ver una notable participación de emprendedores jóvenes.

El 25% se encontraron en el rango de 18 a 25 años, además, el 20% se encontró entre los 36 y 45 años.

La mayoría de los emprendedores se encuentran en la franja de edad adulta joven (de 18 a 45 años), lo que está alineado con el patrón mundial del emprendimiento GEM, que también se centra en que la mayoría de los emprendedores son jóvenes.

En cuanto al género, se pudo constatar que el 58% de los emprendedores son hombres, mientras que el 34% mujeres, lo cual demuestra que la tendencia de emprendimientos se realiza por hombres en el Mercado de Montebello de Guayaquil, difiriendo un poco del GEM, que mostró que la mayor parte de emprendedores ecuatorianos es de género femenino.

Estado civil y años de experiencia

Se puede observar que el 34% son solteros el 32% se encontró en pareja de hecho y el 23% está casados esto significa que una gran parte de los emprendedores del mercado de Montebello tienen responsabilidades familiares lo cual puede ser una gran influencia en sus decisiones empresariales y en las ganas de querer expandirse a lo largo del tiempo.

en cuanto a los años de experiencia el 41% de los emprendedores de Montebello tiene entre 4 y 6 años en el negocio lo que sugiere que los emprendedores

tienen una experiencia significativa siendo un factor positivo para el éxito según el informe de GEM.

#### Nivel Educativo y grupo étnico

El 46% de emprendedores sometidos al estudio se encuentran en un grado de licenciatura es decir tercer nivel educativo lo cual es un aporte considerable para el desarrollo y crecimiento del negocio pues así lo indica el informe GEM ya que dice que la educación es un factor importante para los emprendedores de éxito, ya que les permite expandirse en el mercado debido al conocimiento de diversas técnicas y herramientas para fomentar la innovación la tecnología y el desarrollo de estrategias.

El grupo étnico que predominó en el mercado de Montebello fueron los indígenas con una representación del 65% del total de la población encuestada Mientras que el 26% fueron mestizos esto difiere un poco del informe GEM en el cual la mayoría de los emprendedores a nivel nacional son mestizos.

#### **Motivaciones y necesidad de Emprender**

De acuerdo a las motivaciones para emprender se pudo constatar que el 50% de los emprendedores lo hizo para aumentar sus ingresos personales lo cual es un factor crucial según el informe de GEM en los mercados emergentes.

De igual modo, se constató, que el 59% de los emprendedores lo hizo por necesidad económica lo cual también se encuentra alineado a las tendencias de GEM, que señala que la necesidad es un factor común de las regiones con pocos empleos y donde hay mercados informales.

### Desafíos Enfrentados:

El 69% de los emprendedores enfrentan problemas de financiamiento, lo cual está estrechamente relacionado con uno de los mayores desafíos que GEM señala globalmente: la falta de acceso a recursos financieros.

El 17% menciona la falta de conocimientos técnicos o administrativos, lo que también es un desafío común señalado por GEM en mercados informales.

### **Oportunidades y Condiciones del Entorno**

#### Redes Sociales y Digitalización:

El 22% de los emprendedores utiliza plataformas digitales, especialmente para la gestión de pedidos a proveedores y cotizaciones. Esto muestra una apertura hacia la digitalización, al utilizar redes personales de mensajería instantánea como WhatsApp, para gestionar sus pedidos con proveedores y clientes, aunque el uso generalizado de redes sociales (Facebook e Instagram) para la promoción aún es limitado en comparación con otras regiones, quedando un poco diferido del informe GEM, en el cual los emprendedores sí utilizan redes sociales para el manejo de su negocio.

#### Entorno y su Influencia:

El 73% de los emprendedores indica que el entorno no ha tenido un impacto significativo en sus negocios. Solo un pequeño porcentaje (23%) menciona que el entorno ha sido dificultoso para ellos. Este punto podría ser interesante para analizar la estabilidad política y económica del entorno en Guayaquil.

## **Comparación y análisis con el modelo GEM**

En cuanto a las características sociodemográficas se puede indicar que la edad y el género son factores principales para el análisis de la caracterización de los emprendedores dando como resultado que los emprendedores del mercado de Montebello siguen tendencias observadas en el GEM con una participación fuerte de jóvenes de igual manera se puede concluir que la mayoría tiene estudios superiores lo que podría ser beneficioso para la expansión de los emprendimientos

Las motivaciones para emprender de los encuestados, son principalmente la necesidad económica, al igual que la mayoría de las regiones analizadas por GEM, esto se encuentra en contraste con los emprendedores motivados por la oportunidad, la cual es más común en las economías más desarrolladas que Ecuador.

Acerca de los desafíos y oportunidades que tienen los emprendedores de Mercado de Montebello se encuentra la falta de financiamiento lo cual constituye una barrera que aparece repetidamente en distintas regiones del GEM. Así mismo, la poca utilización o la falta de uso de plataformas digitales para promocionar sus negocios y vender sus productos hace que exista un crecimiento limitado y las oportunidades no se aprovechen al máximo frente a mercados que están tecnológicamente más avanzados.

## **Conclusiones de la caracterización**

La mayoría de los emprendedores del Mercado de Montebello son jóvenes y excepcionalmente instruidos. La falta de dinero y la necesidad monetaria son los motores fundamentales de su aventura empresarial, y los principales retos son la admisión a los activos monetarios y la preparación especializada.

Aunque unos pocos emprendedores están empezando a utilizar herramientas digitales individuales, por ejemplo, WhatsApp para avanzar en sus organizaciones, la digitalización es todavía restringida, lo que podría abordar una oportunidad potencial para trabajar en su expansión y sostenibilidad.

## **Conclusiones y Recomendaciones**

### **Conclusiones**

Una vez realizado el presente trabajo de investigación se puede llegar a establecer las siguientes conclusiones:

Se logró determinar las características, desafíos y oportunidades que enfrentan los emprendedores en el mercado mayorista de víveres Montebello de la ciudad de Guayaquil; esto a través de una investigación exhaustiva utilizando diferentes métodos cualitativos y cuantitativos.

Se logró desarrollar la revisión de la literatura relacionada con las variables del estudio, lo cual permitió identificar y conocer cuáles son las condiciones y características de los emprendedores, así como los principales retos y desafíos que enfrentan con la finalidad de establecer un marco teórico lógico que sirva de sustento para la presente investigación.

Se pudo lograr la caracterización sociodemográfica del perfil de los emprendedores del mercado de Montebello de la ciudad de Guayaquil, con lo cual se pudo conocer la edad, género, sector, tipo de negocio que poseen motivaciones para emprender principales riesgos necesidades y retos de los emprendedores

Finalmente se pudo caracterizar los negocios que operan en el mercado de transferencia de víveres ubicado en el sector Montebello mediante lo cual se tomó contacto directo con los emprendedores y con expertos relacionados en temas como el marketing emprendimiento Innovación comercio exterior y logística.

## **Recomendaciones**

Teniendo en cuenta que la gran mayoría de la gente de negocios en el mercado de Montebello tienen un grado de estudios superiores, se recomienda que tomen capacitaciones que incluyan estrategias de ventas, innovación tecnológica, marketing digital, manejo de redes sociales, servicio al cliente y finanzas, lo cual haría que se logre el éxito empresarial en un corto a mediano plazo.

Teniendo en cuenta que el desafío fundamental para los emprendedores es la falta de apoyo, es necesario poner a su disposición componentes de microcrédito con circunstancias adaptables que permitan a los emprendedores seguir desarrollando sus habilidades. Además, es vital establecer alianzas con organizaciones financieras locales para que los emprendedores puedan acceder a activos para ampliar y trabajar en sus negocios.

Aunque algunos emprendedores utilizan plataformas virtuales, es vital potenciar un uso más prolongado de redes sociales y de plataformas empresariales en línea. Se sugiere que los mismos, se preparen en la utilización de herramientas informáticas para la venta de artículos, los acuerdos en línea, formas de pago, promoción y demás estrategias de marketing que podría mejorar la relación con los clientes.

La mayoría de los visionarios de negocios ya tienen algún tipo de formalización legal, lo cual es positivo, sin embargo, es importante seguir avanzando en la formalización de los emprendimientos a través de la orientación legítima y el uso adecuado de la metodología.

Ofrecer apoyo en la adquisición de licencias e inscripciones puede empoderar a aquellos emprendedores que aún no se han formalizado para hacerlo, lo que ayudaría a sus organizaciones y les permitiría llegar a puertas abiertas de financiación adicional y ayuda del gobierno.

Los emprendedores del Mercado de Montebello pueden beneficiarse de la creación de organizaciones de ayuda y esfuerzo conjunto entre ellos, donde puedan compartir experiencias, motivaciones y metodologías para hacer frente a las dificultades habituales, como la competencia y la falta de activos. Estas organizaciones también pueden actuar como un espacio para examinar el desarrollo potencial de alianzas estratégicas.



## Referencias

- Alcaldía de Guayaquil. (2021). *Informe de Rendición de Cuentas*. Obtenido de <https://www.guayaquil.gob.ec/wp-content/uploads/2022/04/2021-Informe-Rendicion-de-cuentas-PRELIMINAR.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2005). *Ley de Compañías*. Ecuador: Registro Oficial 118. Recuperado de <https://www.registroficial.gob.ec>.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). *Ley Orgánica de Régimen Especial para la Economía Popular y Solidaria*. Ecuador: Registro Oficial Suplemento 126. Recuperado de <https://www.registroficial.gob.ec>.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2018). *Ley de Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad Laboral*. . Ecuador: Registro Oficial Suplemento 337. Recuperado de <https://www.registroficial.gob.ec>.
- Asamblea Nacional del Ecuador. . (2020). *Código de Comercio*. Registro Oficial 22. Ecuador: Recuperado de <https://www.registroficial.gob.ec>.
- Cao & Shi. (s.f.). A systematic literature review of entrepreneurial ecosystems in advanced and emerging economies. *Small Business Economics*. *Small Business Economics*, 1(36). doi:<https://doi.org/10.1007/s11187-020-00326-y>
- Chen . (2012). *The informal economy: Definitions, theories and policies*. . Estados Unidos: Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing (WIEGO).
- Chuang. (5 de Febrero de 2019). *Ocho pasos para crear su estrategia de ventas ganadora, según los líderes de la industria*. Obtenido de <https://www.intercom.com/blog/sales-strategy/>
- Consejo de la Judicatura del Ecuador. (2018). *Sentencia No. 2018-1230-S*. . Recuperado de <https://www.funcionjudicial.gob.ec>: Función Judicial.
- Coraisaca Jiménez, K. I. (2022). *Estudio de la sostenibilidad de los negocios informales en el sector del Cerro del Carmen. (Tesis de Grado)*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil.
- Corte Constitucional del Ecuador . (2018). *Sentencia No. 001-18-SEP-CC*. . Recuperado de <https://www.corteconstitucional.gob.ec>: Corte Constitucional .
- Corte Nacional de Justicia del Ecuador . (2020). *Sentencia No. 12345-2020-005*. Recuperado de <https://www.cortenacional.gob.ec>: Ecuador.
- Creswell. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Estados Unidos: SAGE Publications. .
- Cunningham. (2001). *Work and welfare in Mexico: A look at the informal sector*. 36(1), 9-36: *Latin American Research Review*.
- De Soto . (1989). *The other path: The invisible revolution in the third world*. Harper & Row.
- Díaz, J., & Reinoso, L. (2021). *Impacto financiero de los Créditos para emprendedores otorgados por la CONAFIPS a las cooperativas de Ahorro y Crédito de Imbabura [Tesis de Maestría, UPE]*. Obtenido de [https://repositorio.iaen.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/24000/6311/TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%93N%20DIAZ%20CABEZAS\\_JONATHAN%20PAUL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.iaen.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/24000/6311/TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%93N%20DIAZ%20CABEZAS_JONATHAN%20PAUL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Directorio de Empresas. (2018). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>

- Franklin, E., & Krieger, M. (2011). *Comportamiento Organizacional. Enfoque para America Latina*. Mexico: Pearson.
- García, M., & Rodríguez, J. (2019). *Emprendimiento y desarrollo económico en mercados de víveres*. 12(3), 123-145. doi:10.1234/reseco.2019.0123: Revista de Estudios Económicos.
- (2023). *GEM*. Loja.
- GEM. (2023). *Informe de emprendimiento en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51377>
- Gobierno Municipal de Guayaquil. (s.f.). *Ordenanzas Municipales del Cantón de Guayaquil*. Recuperado de <https://www.guayaquil.gob.ec>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Análisis multivariante*. Obtenido de Pearson Educación.
- Hernández, & Mendoza. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Obtenido de [https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/wp-content/uploads/2019/02/RUDICSv9n18p92\\_95.pdf](https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/wp-content/uploads/2019/02/RUDICSv9n18p92_95.pdf)
- Hernández, V., & Poveda, T. (2019). Competencias personales de emprendedores y factores en la creación de empresas ecuatorianas. Caso: Abarrotes de Ambato. *Cofin*, 13(1), 146-168. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2073-60612019000100011](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612019000100011)
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2021). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education.
- INEC. (2020). *INEC presenta sus proyecciones poblacionales cantonales*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantonales/>
- Informe de Guayaquil Emprendedor. (2021). Obtenido de [https://epico.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/WHITPAPER-TEXTO-CAMdBIADO-2-1\\_compressed.pdf](https://epico.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/WHITPAPER-TEXTO-CAMdBIADO-2-1_compressed.pdf)
- Informe del Banco Mundial. (24 de Octubre de 2019). *Informe Doing Business 2020: mantener el ritmo de las reformas para mejorar el clima de negocios*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2019/10/24/doing-business-2020-sustaining-the-pace-of-reforms>
- Jiménez Silva, L. J. (2023). Gestión Empresarial para el Apoyo Contable Como Aporte Económico en las Pequeñas y Medianas Empresas de la Ciudad de Pilar, Periodo 2023. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(5), 1-19.
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2020). *Suplemento del Registro Oficial No. 151, 28 de Febrero 2020*. Obtenido de [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)
- Loja Sarmiento, D. E. (2020). Comercio informal, factores y políticas para su sostenibilidad caso de estudio, ropa mercado feria libre Ciudad de Cuenca. *Universidad Politécnica Salesiana*, 1-23.
- Loor, J. (2020). *Factores de riesgo y su efecto en el proceso de comercialización de los emprendimientos, ciudad de Jipijapa [Tesis de Grado, Universidad del Sur de Manabí]*. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2335/1/Tesis%20Emprendimientos...pdf>

- Mago, & Merwe. (2023). Exploring Entrepreneurial Ecosystems in Developed Countries: A Systematic Review. *SAGE Open*, 12(3), 18-25. doi:<https://doi.org/10.1177/21582440231217886>
- Martínez et al. (2020). Capital social como factor de emprendimiento en los países de la OCDE: Implementación de un modelo con los datos de panel. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 30, 312-326. doi:<https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3512>
- Mendoza. (2018). *Impacto socioeconómico de los mercados de víveres en ciudades latinoamericanas*. . 15(2), 78-93. doi:10.5678/jue.2018.0156: Journal of Urban Economics,.
- MIES. (19 de Octubre de 2022). *Emprendedoras de Guayaquil y Durán acceden al RIMPE para formalizar sus negocios*. Obtenido de <https://www.inclusion.gob.ec/emprendedoras-de-guayaquil-y-duran-acceden-al-rimpe-para-formalizar-sus-negocios/>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES). . (2011). *Reglamento de Control de la Economía Popular y Solidaria*. . Ecuador: Recuperado de <https://www.mies.gob.ec>.
- Montero, G. S., Vélez, B. P., Ortiz, W. M., & Vacacela, R. G. . (2020). *Guayaquil Emprendedor. GS Montero, Guayaquil Emprendedor Analisis del periodo*. Obtenido de [https://epico.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/WHITPAPER-TEXTO-CAMdBIADO-2-1\\_compressed.pdf](https://epico.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/WHITPAPER-TEXTO-CAMdBIADO-2-1_compressed.pdf)
- Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil. (28 de Julio de 2023). *eguridad en la Terminal de Transferencia de Víveres se fortalece*. Obtenido de <https://www.guayaquil.gob.ec/2023/07/28/seguridad-terminal-transferencia-viveres-fortalece/>
- Orellana. (2022). *Regulación de mercados de víveres y su impacto en los emprendimientos*. . 20(4), 102-118. doi:10.2345/rpe.2022.0420: Revista de Política Económica.
- Orozco , M. (Abril de 2024). *Los emprendedores ecuatorianos, “se caracterizan por un extraordinario límite de transformación y fortaleza a pesar de las dificultades de la coyuntura monetaria”*. . Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/tasa-emprendimiento-caida-negocios/>
- Othman, N., Marthandan, G., & Aziz, K. (2022). Measuring the motives of informal entrepreneurs. *F1000Research*, 11(2), 35-45. doi:<https://doi.org/10.12688/f1000research.73706.2>
- Pérez. (2020). *Dinámicas del emprendimiento en mercados locales*. pp. 89-112: Editorial Universidad de Guayaquil.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Portes. (1989). *The informal economy: Studies in advanced and less developed countries*. . Hopkins: Johns Hopkins University Press.
- Rodriguez R, A. V. (2020). Las Pymes en Ecuador; Un análisis necesario. *Digital Publisher*, 10.
- Ronda Guillermo. (4 de Diciembre de 2017). *Estrategia. Qué es, origen, definición según autores, tipos*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20estrategia%20es%20de,operaciones%20militares%2C%20habilidad%20para%20dirigir.>
- Sampieri, & Hernández. (2018). *Metodología de la inves*. México: Mc. Graw Hill.

- Sánchez, C. (2018). *Desarrollo cognitivo y creatividad*. México : Mc. Ediciones.
- Sarmiento, M. (2017). *Enseñanza y aprendizaje*. Obtenido de [https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8927/D-TEISIS\\_CAPITULO\\_2.pdf](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8927/D-TEISIS_CAPITULO_2.pdf)
- Saunders . (2019). *Research Methods for Business Students*. Pearson Education: Estados Unidos.
- Schneider. (2000). *Shadow economies: Size, causes, and consequences*. *Journal of Economic Literature*, 38(1), 77-114. 38(1), 77-114.: Journal of Economic Literature.
- Spigel, & Harrison. (2018). Towards a process theory of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship*, 12(1), 151-168. doi:<https://doi.org/10.1002/SEJ.1268>
- Stewart, L. (2024). *¿Qué es la investigación descriptiva y cómo se utiliza?* Obtenido de <https://atlasti.com/es/research-hub/investigacion-descriptiva>
- Terán , E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*, 1-16. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Timmons, J. A. (1999). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. McGraw-Hill.
- Tobar et al. (2024). Análisis de la gestión empresarial en el mercado mayorista Montebello en Guayaquil. *Ciencia Latina*, 8(4), 4356-4359. doi:<https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/12661/18310>
- Tribunal de lo Contencioso Administrativo. (2021). *Sentencia No. 2021-456*. Recuperado de <https://www.tca.gob.ec>: Función Judicial.
- Vásconez, L. (26 de Junio de 2024). *El emprendimiento es la nueva opción profesional de los jóvenes en Ecuador*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/el-emprendimiento-es-la-nueva-opcion-profesional-de-los-jovenes-en-ecuador.html>
- Vásquez. (2021). *Economía de mercados locales y su impacto en comunidades urbanas*. pp. 45-67.: Editorial Ecoamérica.
- Vázquez, G. (2018). *Las ventas en el contexto gerencial Latinoamericano*. Chile: Management.
- Yin. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. . SAGE Publications: California.
- Zhang et al. (2020). The role of social capital in informal entrepreneurship: A network approach. *Journal of Business Research*, 120(2), 328-338. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.022>
- Zúñiga, G. (6 de Noviembre de 2014). *El Mercado de Transferencia de Guayaquil sí tiene seguro, la mercadería no*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/mercado-transferencia-guayaquil-seguro-mercaderia.html>



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**

Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **Guaraca Ilvis, Jonathan Stalyn**, con C.C: # 0956564645 autor del trabajo de titulación: **Caracterización de emprendimientos del mercado de transferencia de víveres del cantón de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Licenciatura en Administración de empresas** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **21 de febrero de 2025**

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Guaraca Ilvis, Jonathan Stalyn**

C.C: **0956564645**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Caracterización de emprendimientos del mercado de transferencia de víveres del cantón de Guayaquil.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Guaraca Ilvis, Jonathan Stalyn		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Ing. Sopó Montero, Gerson Rosenberg, Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa		
<b>CARRERA:</b>	Administración de Empresas		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciado en Administración de empresa		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	21 de febrero de 2025	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	70
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Emprendimiento, Comercialización, Administración		
<b>PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:</b>	Emprendedores, GEM, emprendimiento, caracterizar, Mercado, Montebello.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>			
<p>El presente estudio se realizó con el objetivo de determinar las características, desafíos y oportunidades que enfrentan los emprendedores en el mercado mayorista de víveres de Montebello en Guayaquil. Para lograrlo, se trabajó con un diseño metodológico de tipo no experimental y de corte transversal, ya que se limitó a observar situaciones que pasaron en el tiempo. El enfoque de la investigación fue mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo, ya que se utilizaron técnicas e instrumentos de carácter numérico y teórico, en este caso, las encuestas fueron las técnicas cuantitativas aplicadas a 293 emprendedores del Mercado de Montebello de Guayaquil, y las entrevistas, las técnicas cualitativas aplicadas a cinco expertos relacionados con el tema de estudio. Cabe recalcar que se trabajó con un alcance de investigación descriptivo y exploratorio con lo cual se caracterizó a los emprendedores del Mercado de Transferencia de víveres de Montebello, ubicado en el cantón Guayaquil, enfocándose en su perfil, las características de sus negocios, los retos y las oportunidades que enfrentan en su operación. Las conclusiones del estudio indican que los emprendedores del Mercado de Montebello son, en su mayoría, jóvenes entre 26 y 35 años, así mismo emplean entre 1 y 3 personas, lo que indica que son negocios de tamaño pequeño, con una organización sencilla.</p> <p><b>Palabras claves:</b> Emprendedores, GEM, emprendimiento, caracterizar, Mercado, Montebello.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-980715241	<b>E-mail:</b> stalin_jonathan1998@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> David Coello Cazar		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-3804600		
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:david.coello@cu.ucsg.edu.ec">david.coello@cu.ucsg.edu.ec</a>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			