



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN MARKETING**

**PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)**

**TEMA: ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING
IMPLEMENTADAS POR LOS EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE
MILAGRO**

Autores:

BRIGITTE ESTEFANÍA LARA VARGAS

ERICKA GISELLA SALTOS FERNÁNDEZ

Acompañante:

MSC. WELLINGTON ARTURO ALVAREZ BAQUE

Milagro, noviembre 2018

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, BRIGITTE ESTEFANÍA LARA VARGAS en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación- Examen Complexivo: Investigación documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta práctica , realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Temática “ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTADAS POR LOS EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE MILAGRO ” del Grupo de Investigación GESTIÓN EMPRESARIAL Y MARKETING de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta Sistematización de Experiencias Prácticas de Investigación y/o Intervención en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

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

Milagro, a los 27 días del mes de Noviembre del 2018



BRIGITTE ESTEFANÍA LARA VARGAS
CI: 092818807-7

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, ERICKA GISELLA SALTOS FERNÁNDEZ en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación-Examen Complexivo: Investigación documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta práctica, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Temática “ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTADAS POR LOS EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE MILAGRO” del Grupo de Investigación GESTIÓN EMPRESARIAL Y MARKETING de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta Sistematización de Experiencias Prácticas de Investigación y/o Intervención en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

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

Milagro, a los 27 días del mes de Noviembre del 2018

ERICKA GISELLA SALTOS FERNÁNDEZ
CI: 120771665-3

**APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACION
DOCUMENTAL**

Yo, **Msc. Wellington Arturo Álvarez Baque** en mi calidad de tutor de la Sistematización de Experiencias Prácticas de Investigación y/o Intervención, elaborado por el estudiante **Brigitte Estefanía Lara Vargas Y Ericka Gisella Saltos Fernández**, cuyo tema es **“Estudio De Las Estrategias De Marketing Implementadas Por Los Emprendedores De La Ciudad De Milagro ”**, que aporta a la Línea de Investigación **Mercadotecnia** previo a la obtención del Grado **Ingeniería en Marketing**; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Examen de grado o fin de carrera de (carácter Complexivo) de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 27 días del mes de Noviembre de 2018.



MSC. WELLINGTON ARTURO ÁLVAREZ BAQUE

ACOMPAÑANTE

C.I.: 091456820-9

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

ÁLVAREZ BAQUE WELLINGTON ARTURO

TERAN MOLINA DIANA VERONICA

ZIADET BERMUDEZ ELICZA ISABEL

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de ING. MARKETING, presentado por la señorita BRIGITTE ESTEFANÍA LARA VARGAS.

Con el título: "ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTADAS POR LOS EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE MILAGRO"

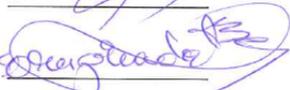
Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación Documental	[80]
Defensa oral	[15]
Total	[95]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobado

Fecha: 27 de Noviembre del 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

Nombres y Apellidos	Firma
Presidente ÁLVAREZ BAQUE WELLINGTON ARTURO	
Secretaria ZIADET BERMUDEZ ELICZA ISABEL	
Integrante TERAN MOLINA DIANA VERONICA	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

ÁLVAREZ BAQUE WELLINGTON ARTURO

TERAN MOLINA DIANA VERONICA

ZIADET BERMUDEZ ELICZA ISABEL

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de ING. MARKETING, presentado por la señorita ERICKA GISELLA SALTOS FERNÁNDEZ.

Con el título: "ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTADAS POR LOS EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE MILAGRO"

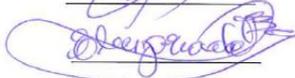
Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación Documental	[80]
Defensa oral	[15]
Total	[95]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobado

Fecha: 27 de Noviembre del 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	ÁLVAREZ BAQUE WELLINGTON ARTURO	
Secretaria	ZIADET BERMUDEZ ELICZA ISABEL	
Integrante	TERAN MOLINA DIANA VERONICA	

DEDICATORIA

A mi madre por el apoyo brindado a lo largo de toda mi carrera, siempre aconsejándome para seguir adelante y cumplir con mis metas. A mi esposo por el esfuerzo constante y apoyo incondicional que me ha brindado, por su dedicación y paciencia hacia mí. A mi hija, aunque siendo una bebé, ha sido mi fortaleza y gran lucha para seguir adelante y formarme como una profesional.

Brigitte Lara V.

A Dios por darme salud, fortaleza y la oportunidad de concederme un día más de vida. A mi Padre por su sacrificio, por trabajar incansablemente para darme lo necesario para mis estudios, a mi Madre por el apoyo emocional e incondicional, a mis hermanos que han estado pendiente en cada momento que los necesitaba, hemos pasado por momentos difíciles sin embargo siempre han estado en la predisposición de apoyarme, valoro y mantengo presente todo lo que han hecho por mí.

Ericka Saltos F.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la sabiduría y el intelecto para saber afrontar las cosas y por permitirme culminar esta etapa en mi vida a pesar de las dificultades a lo largo de mi camino. A los docentes por los conocimientos impartidos en el transcurso de mi carrera, por forjarme tanto en crecimiento personal y profesional. Agradezco infinitamente a mi madre, hermano y esposo por el apoyo y la confianza brindada hacia mí, sin duda ha sido importante.

Brigitte Lara V.

Totalmente agradecida con Dios por su voluntad y sus propósitos para mí, por concederme poder vivir esta experiencia llena de sabidurías y aprendizajes.

A mi familia siendo el pilar fundamental de esta meta lograda en mi vida, sin lugar a dudas mi constancia, mi perseverancia ha sido por ustedes, quienes me han visto caer y así mismo levantarme, son mi inspiración, el motivo de luchar día tras día.

A mi novio, por ser el que me impulsa a seguir adelante y no desistir de mis sueños, su apoyo emocional en este poco tiempo ha sido de gran valor para mí, valoro cada momento, el tiempo y la paciencia que ha tenido.

A mi alma máter, por darme la oportunidad de forjarme como profesional, por ser mi guía, siento una enorme gratitud y a la vez orgullosa de pertenecer a esta noble institución.

A mis Maestros, Amigos, y vecinos gracias por el ánimo, por las enseñanzas, el tiempo, el apoyo y cada momento compartido en este proceso.

Ericka Saltos F.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I	4
PROBLEMA	4
1.1. Problemática de investigación	4
1.2. Formulación del problema	5
1.3. Objetivos de la investigación.....	5
1.4. Justificación	5
CAPITULO II	6
MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes históricos.....	6
2.2. Emprendedores y el Marketing	7
2.3. Marketing y los negocios.....	7
2.4. Plan de marketing en el startup	8
CAPITULO III	9
METODOLOGÍA	9
3.1. Diseño de la investigación.....	9
3.2. Instrumento de investigación.....	9
3.3. Población.....	9
3.4. Muestra	9

CAPITULO IV	11
RESULTADOS	11
CONCLUSIÓN	21
BIBLIOGRAFÍA.....	22

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.....	11
TABLA 2.....	12
TABLA 3.....	13
TABLA 4.....	14
TABLA 5.....	15
TABLA 6.....	17
TABLA 7.....	18
TABLA 8.....	16
TABLA 9.....	19
TABLA 10.....	20

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1	11
GRÁFICO N° 2	12
GRÁFICO N° 3	13
GRÁFICO N° 4	14
GRÁFICO N° 5	15
GRÁFICO N° 6	17
GRÁFICO N° 7	18
GRÁFICO N° 8	16
GRÁFICO N° 9	19
GRÁFICO N° 10	20

RESUMEN

El emprendimiento, se determina a aquella forma de iniciar una actividad económica que conlleva al riesgo y a las tomas de decisiones, ante la necesidad de prevalecer, mediante los problemas económicos, ha sido un camino para crecer económicamente, independiente, y de tener una calidad de vida conforme a las expectativas de cada emprendedor. Los altos niveles de desempleo y la baja calidad del mismo, han generado la necesidad de que las personas establezcan su propio negocio y pasar de ser empleados a ser su propio jefe. Sin embargo, para subsistir en el mercado, deben conocer bien su público objetivo y saber que tácticas van a utilizar para compensar a sus futuros clientes y poderse mantener en el mercado, pero nada de esto es posible si no está el marketing en cada negocio, siendo esta una manera de proporcionar tendencia a través de la innovación, y generar resultados de crecimiento, creando una retroalimentación y mejora continua (Medrano, 2014).

La presente investigación tiene como finalidad identificar las estrategias de marketing que han sido implementadas por los emprendedores de la ciudad de Milagro, dando a conocer que tan importante es realizar y aplicar buenas estrategias de marketing en los negocios, siendo estas esencial para los futuros emprendedores. Para la investigación se empleó la metodología de análisis documental basándonos de tesis y artículos, hemos realizado una encuesta hacia los emprendedores de la ciudad de Milagro obteniendo como muestra a 145 emprendedores donde se realizó la previa entrevista y de esta manera obtener información para el previo análisis, a través de las encuestas obtuvimos resultados favorables y positivos en cuanto a nuestra investigación, de esta manera se determinó que el marketing es una de las herramientas que ha permitido que los negocios puedan permanecer más tiempo en el mercado y obtener un crecimiento considerable ante la competencia.

Palabras Claves: emprendimiento, emprendedor, marketing, estrategias.

ABSTRACT

Entrepreneurship is determined to that way of starting an economic activity that leads to risk and decision making, given the need to prevail, through economic problems, has been a way to grow economically, independently, and have a quality of life according to the expectations of each entrepreneur. The high levels of unemployment and the low quality of it, have generated the need for people to establish their own business and move from being employees to being their own boss. However, to survive in the market, they must know their target audience well and know what tactics they will use to compensate their future clients and be able to maintain themselves in the market, but none of this is possible if marketing is not in each business, this being a way to provide a trend through innovation, and generate growth results, creating a feedback and continuous improvement (Medrano, 2014).

The purpose of this research is to identify the marketing strategies that have been implemented by entrepreneurs in the city of Milagro, making known how important it is to make and apply good marketing strategies in business, being essential for future entrepreneurs. For the investigation the methodology of documentary analysis was used based on theses and articles, we have carried out a survey towards the entrepreneurs of the city of Milagro, obtaining as a sample 145 entrepreneurs where the previous interview was conducted and in this way obtain information for the previous analysis , through the surveys we obtained favorable and positive results regarding our research, in this way it was determined that marketing is one of the tools that has allowed the businesses to stay longer in the market and obtain a considerable growth before the competition.

Key words: entrepreneurship, entrepreneur, marketing, strategies.

INTRODUCCIÓN

Vivimos en un mundo competitivo en el que para poder sobrevivir y mantenerse debes de ser innovador, creativo, saber las necesidades que tienen las personas, perseverar y ser consistente, es como se define a un emprendedor, no por el simple hecho de llegar al mercado y poner un plus al producto, si no por el espíritu emprendedor de llegar a progresar y mantenerse en él. Actualmente contamos con muchos emprendedores en varias plazas de nuestro País, y como consecuencia de esto; ha traído beneficios hacia los lugares situados, como fuentes de trabajo a los habitantes dentro y fuera de sus ciudades, generando dinamismo y crecimiento del mismo. Por lo tanto, para un emprendedor es de vital importancia desarrollar estrategias de emprendimiento para alcanzar el éxito, conocer su público objetivo y llegar a posicionarse en el mercado.

La era tecnológica es una oportunidad para los emprendedores, una dinámica de cotidianidad de los seres humanos y organizaciones, ya que es una de las mayores herramientas de comunicación con la que cuentan para poder promocionar sus productos y con la que muchos se favorecen si son de bajos recursos y por ende no pueden llegar hacer publicidad. El marketing en general supone un reto muy importante para cualquier empresa y más para una pyme, sobre todo si acaba de empezar y no tiene una base de cliente consolidada. Existe un gran abanico de estrategias de marketing que una pyme puede aplicar para llegar a sus clientes. Hoy en día como consumidores estamos muy saturados de mensajes publicitarios, entonces técnicas más tradicionales como outbound, anuncios en medios o en la prensa, puede ser que no sea tan efectivas como antes, pero aparece el inbound como una nueva filosofía, lo que hace es darle vuelta a la situación, es decir seduce al cliente, para que sea él, quien busque del producto.

CAPÍTULO I

PROBLEMA

1.1. Problemática de investigación

Los emprendedores son de vital importancia en un país, porque generan dinamismo en la sociedad, fuentes de trabajo e inspiración para muchos, pero no todos sobreviven en el mercado por el simple hecho de no utilizar las herramientas adecuadas hacia su público objetivo. Es importante formar emprendedores que tengan confianza en sí mismo, sean optimistas, pacientes y perseverantes, buscar siempre la manera de sobrellevar las cosas y enfocarse en su objetivo. El desarrollo de nuevas estrategias en el mercado por parte de los emprendedores sería una ayuda conjunta hacia su labor.

Según cifras del estudio (GEM, 2018), realizado por la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Espae), “Ecuador obtuvo el valor TEA más alto de la región en 2015 entre los adultos en edades de 50 a 64 años (sénior) y de 65 a 80 años con un 29,2% y 18,5%, respectivamente, seguido por Chile con un 23,1% y 11,6%”. Ecuador a sido uno de los líderes en emprendimiento, en conjunto con muchas organizaciones, quienes impulsan el desarrollo, mediante financiamientos de créditos para emprendedores.

Existen organizaciones que apuestan por las ideas y proyecto de personas a emprender, incluso apoyan dicho proyecto con dinero, pero lo primordial para que un negocio crezca, tenga ganancias y mas no, un declive total, es saber conocer su público y que estrategias va a utilizar para lograr captar clientes para su negocio, contar con una base de datos en un negocio es primordial, para saber el público que contiene. Hoy en día el negocio es paralelo, es decir online y outline; la gente esta online mediante redes, comunicado digitalmente, pero también outline siendo esta un arma más potente que tiene el empresario de acceder directamente con su cliente, entablar una conversación que genera una confianza.

Según (Cañar, 2017), coordinador zonal 8 del MIES, nos comenta que “Asociar a los emprendedores genera más oportunidades para que puedan acceder a créditos bancarios y mejorar su calidad de vida mediante un proyecto consolidado de Economía Popular y Solidaria”.

1.2. Formulación del problema

Estudio de las estrategias del marketing implementadas por emprendedores en la ciudad de Milagro, provincia del Guayas en el 2018.

1.3. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Analizar las estrategias de marketing implementadas por los emprendedores de la Ciudad de Milagro.

Objetivos específicos

1. Identificar las estrategias más utilizadas al momento de emprender.
2. Determinar la importancia de utilizar estrategias de marketing en un negocio.

1.4. Justificación

Esta investigación tiene como objetivo el estudio de las estrategias de marketing implementadas por los emprendedores de la ciudad de milagro y conocer cuáles son las estrategias más utilizadas y por qué. Para aquello se implementará el uso de una encuesta que se aplicara a una muestra de emprendedores para conocer de esta manera, cuáles son las fortalezas y debilidades de estas estrategias.

Es de suma importancia preparar a los emprendedores para que no decaigan en su plan de negocios, muchas veces existen ideas, pero no se logra concretar algo, otras se lanzan al mundo sin saber de ciertas estrategias que le pueden servir, incluso ayudar a que perduren en el mercado, es por ello que se ha puesto en conocimiento una nueva oportunidad para los emprendedores como lo es la economía naranja que asegura que la digitalización y el emprendimiento son ingredientes claves para la industria creativas.

En nuestro país contamos con organizaciones que promueven el emprendimiento para las personas emprendedoras como por ejemplo tenemos a ConQuito en la que permite desarrollar talleres bajo la modalidad de “aprender haciéndolo”, especialista que apoyen a la iniciativa de los emprendedores y fortalezca los negocios empresariales.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes históricos

El vocablo emprendedor es un mecanismo imprescindible para entender el desarrollo económico de cualquier país. Ayuda a la previsión y ajuste de políticas públicas allí donde se requiere el impulso de nuevos proyectos y la generación de empleo. Emprender es crear un nuevo proyecto empresarial asumiendo el riesgo que éste conlleva, a cambio de adquirir un beneficio empresarial. Es un motor de innovación, competencia y crecimiento (Medrano, 2014).

Se resume “entrepreneur” en término francés, que significa “emprendimiento” a aquella forma de iniciar algo o estar listo a tomar decisiones, a través del tiempo este término ha tenido varios cambios a su concepto, Verin (1982) indica que en el siglo XVII y XVIII se denominaba emprendedor al arquitecto y al maestro de obra, cuya manera el encargado de la obra tenía que crear magnificas edificaciones a partir de un pedido, siendo esta también catalogada como una actividad económica en la cual se requiere de una supervisión, producción, elaboración y teniendo bajo mando a un equipo de trabajo de esta manera involucraba a que muchas personas puedan tener un ingreso económico, catalogándose así a las edificaciones como un producto. Al emprendedor se lo caracterizaba como una persona capaz de asumir riesgos, como un guerrero arriesgado, como a un inversionista, etc. (Padilla, 2016). Y así surgieron otras conceptualizaciones a partir del término emprendedor, en la actualidad a un emprendedor se lo conoce como aquella persona innovadora, comprometida, competente, capaz de asumir riesgos, en la cual busca de un cambio sustentable.

La Global Entrepreneurship Monitor o GEM es el índice que valúa el nivel de emprendimiento de las naciones a nivel mundial. Ecuador pertenece a un grupo de países (Ecuador, Colombia, Perú y Chile) que en los últimos 5 años ha dado muestra del crecimiento de esta dinámica empresarial en donde componentes como el entorno externo y las actitudes determinan el grado de emprendimiento y por ende de emprendedores (GEM, 2018).

2.2. Emprendedores y el Marketing

El emprendimiento es el impulso de la economía en la cual se benefician las familias y aporta a un rubro económico más al país, la dinamización de las pequeñas y medianas empresas bajo el perfil de un emprendedor se especializan en la creación del valor al cliente, entornos colaborativos, en la digitalización, y estrategias del marketing (Bernardo, 2017).

En la actualidad el marketing personal, personal branding siendo estos lo más utilizados por los emprendedores incentivan a que otras personas puedan crear sus negocios propios, “Es entendida como un proceso de creación de valor sostenible que la empresa realiza a sus clientes, es inherente a su existencia, independiente de su tamaño o del mayor o menor grado de desarrollo formal de una estructura departamental de marketing (LLOPIS SANCHO, 2012). El marketing es un procedimiento total de acciones que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales, se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor forma viable al suscitar el intercambio de productos y/o servicios de valor con ellos, a cambio de una ventaja o beneficio para la empresa u organización. Asimismo, se considera un proceso administrativo, porque el marketing precisa de sus elementos básicos, como son: la planeación, la organización, la implementación y el control, para el desarrollo de sus actividades.

2.3. Marketing y los negocios

A medida que el mundo se globaliza la industrialización se hace más competitiva y más persistente en el mercado, cada día nace una nueva empresa donde involucra al consumidor a generar una necesidad de compra, a partir de ideas han salido grandes proyectos, que hoy por hoy se han expandido a otros países, no solo generando beneficios lucrativos si no también oportunidades a muchas familias de poder mantener una estabilidad laboral. El tiempo de vida de una empresa puede ser corta como larga, ya que se encuentra en un mercado exigente, competitivo e innovador, la tecnología ha hecho que muchas empresas generen una mayor ventaja competitiva a través de la adquisición de maquinarias con avances tecnológicos permitiendo en esto ahorrar tiempo, y generar mayor rentabilidad (El Tiempo, 2017).

El marketing es uno de los factores más relevantes que permite que una empresa obtenga un mayor posicionamiento en el mercado, la parte estratégica de la empresa permite organizar, gestionar y controlar una parte de la cartera de clientes siendo esta una de las tareas más difíciles que tienen las empresas, el departamento de marketing trabaja en un entorno dinámico y complejo enfrentándose a nuevos retos, a nuevas necesidades y buscando la permanencia como objetivo principal de la empresa, el cliente (MARTIN, 2016).

2.4. Plan de marketing en el startup

Un crecimiento exponencial de la empresa esta conceptualizado en la base de las estrategias aplicadas desde el inicio del negocio, cuyo objetivo es adquirir una cartera de clientes exitosos, temporalidad, escalabilidad y crecimiento exponencial son las características más relevantes que debería mantener la empresa para captar inversionistas de grandes elites (Gasque, 2016).

El plan de marketing es una de las herramientas más importante de gestión que permite la implementación de estrategias y ponerlas en acción, estas pautas ayudan al emprendedor a relacionarse con el cliente y llegar a cerrar una negociación. Para ellos se aplica dos tipos de marketing el estratégico y el operativo.

- **Estratégico:** Siendo esta la parte del análisis que se extiende de manera prolongada, es una de las formas de detectar necesidades, identificar mercados y poder así crear una ventaja competitiva.
- **Operativo:** Es la Ejecución del plan, permitiendo alcanzar a un mercado determinado, llevando el control del punto de venta, del marketing, y del presupuesto.

Ser emprendedor conlleva a estar totalmente comprometido con la empresa, a las tomas de decisiones, y a los resultados, un proceso donde la implementación de estrategias permitirá lograr una aceptación en el mercado. La posición de la empresa dependerá del esfuerzo y la gestión que se realice (Castro, 2014).

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

El presente estudio se llevó a cabo como un diseño de investigación descriptiva, cuantitativa, por lo consiguiente lo que vamos a buscar son respuestas favorables que de una manera se obtendrán los datos esperados y con el cual se procederá analizar y conocer la importancia de utilizar estrategias en él negocio.

La investigación no sólo es una obligación para las ciencias exactas, también es un camino que deben seguir quienes se encuentran formándose en disciplinas administrativas, gerenciales, de gestión o mercadeo. A través de su acción, la investigación se presenta como la posibilidad para que las tareas en las empresas tengan una razón de ser y un camino que seguir, en cuanto a su diseño, ejecución y proceso, para el logro de los objetivos y las metas trazadas en ellas (Gutiérrez, 2014).

3.2. Instrumento de investigación

El instrumento que se va a utilizar para el estudio es una encuesta a través de la aplicación de un cuestionario el que llevara un aproximado de 10 preguntas para facilitar a los emprendedores a que puedan deducir su información y sea la adecuada para el estudio.

3.3. Población

Para llevar a cabo esta investigación se ha utilizado a los emprendedores de la ciudad de Milagro para el estudio de uso de estrategias de marketing implementadas.

3.4. Muestra

Según (MIES, 2018), 426 emprendedores de Milagro recibieron Crédito de Desarrollo Humano del MIES. En base a este dato se podrá calcular la muestra para poder encuestar a los emprendedores.

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

En donde

N = Tamaño de la población

p= probabilidad de éxito (0.5)

q= probabilidad de fracaso (0.5)

P*Q= Varianza de la población

e= Error máximo (0.05)

NC (1-a) = Confiabilidad

Z² = Nivel de confianza al 1.96 (95%)

$$n = 203$$

Por lo tanto, se obtuvo que la muestra a encuestar será de 203

CAPITULO IV

RESULTADOS

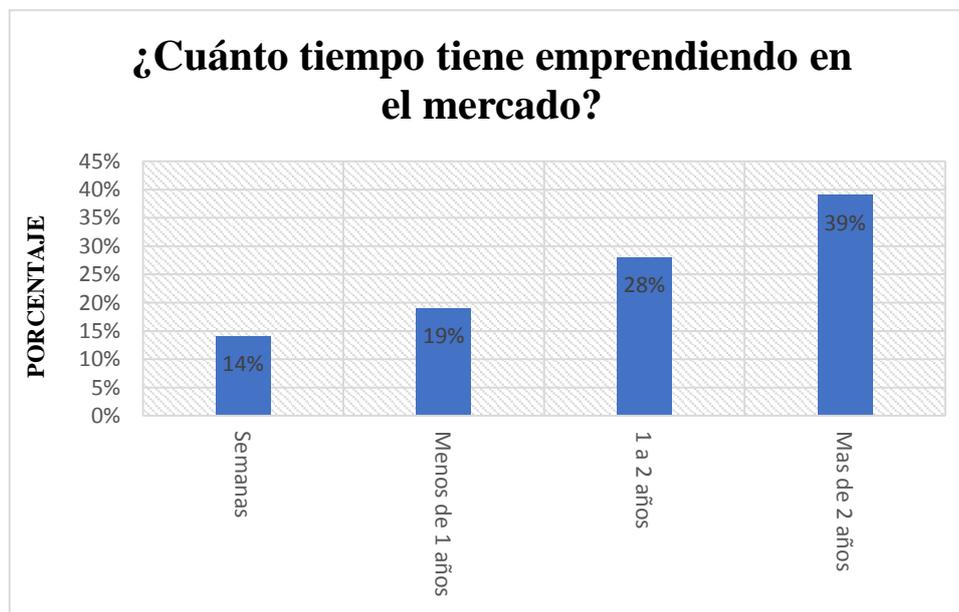
Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada a los emprendedores de la ciudad de Milagro.

1. ¿Cuánto tiempo tiene emprendiendo en el mercado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Semanas	28	14%	28
Menos de 1 años	39	19%	67
1 a 2 años	57	28%	124
Más de 2 años	79	39%	203
Total	203	100%	

Tabla 1: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Gráfico n° 1



Elaborado: Por los Autores

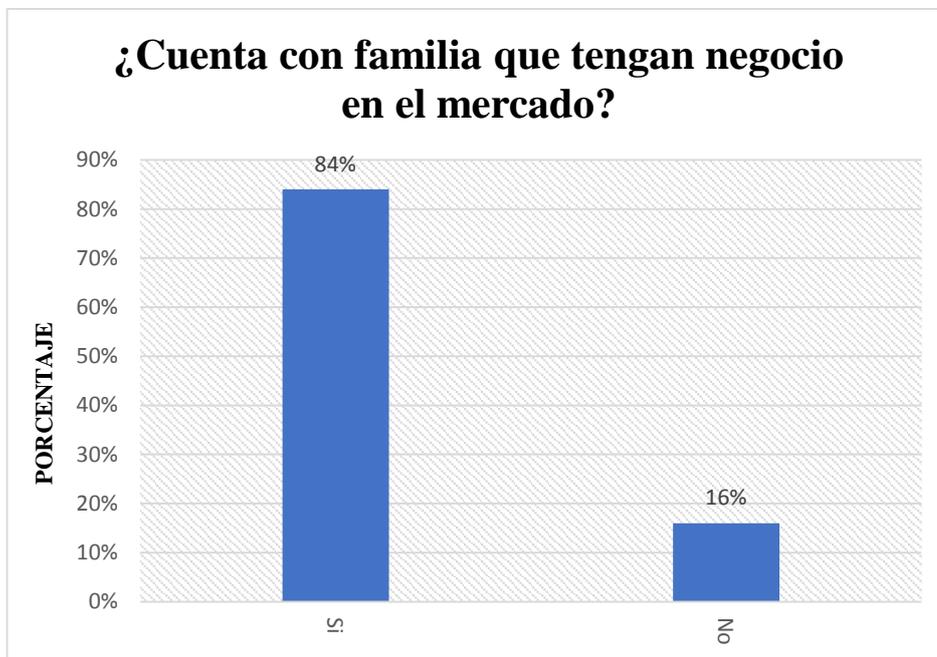
Análisis: A través de los resultados obtenidos mediante las encuestas, podemos evidenciar que la mayor parte de los emprendedores tienen años en el mercado, por lo consiguiente, habría que impulsar más a las personas restante a que perduren en el negocio.

2. ¿En su negocio tiene a familiares laborando?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Si	170	84%	170
No	33	16%	203
Total	203	100%	

Tabla 2: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Gráfico n° 2



Elaborado: Por los Autores

Análisis: El 84% de las personas que están emprendiendo cuentan con familia en el negocio, lo que significa para ellos algo importante, ya que es como el motor para seguir y no de caer ante las circunstancias, porque tienen apoyo de sus familiares y además de ayudarles con una estabilidad laboral.

3. ¿Conoce de medios publicitarios para promocionar su negocio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Si	185	91%	185
No	18	9%	203
Total	203	100%	

Tabla 3: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Gráfico n° 3



Elaborado: Por los Autores

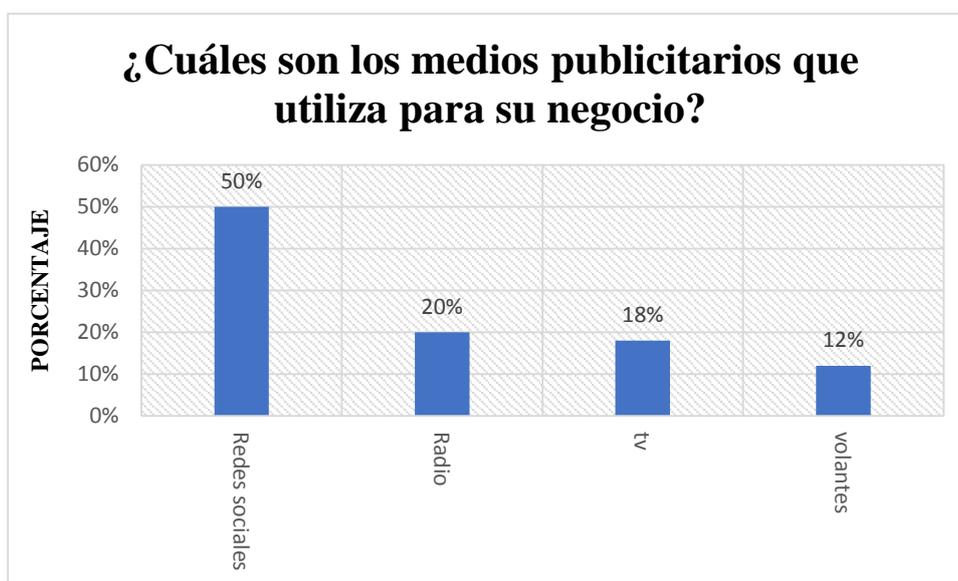
Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos podemos constatar que el 91% de los emprendedores conocen de medios para promocionar su negocio, por lo tanto, es claro que las personas tienen conocimientos de cómo dar a conocer sus negocios.

4. ¿Cuáles son los medios publicitarios que utiliza para su negocio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Redes sociales	102	50%	102
Radio	41	20%	143
tv	36	18%	179
volantes	24	12%	203
Total	203	100%	

Tabla 4: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Gráfico n° 4



Elaborado: Por los Autores

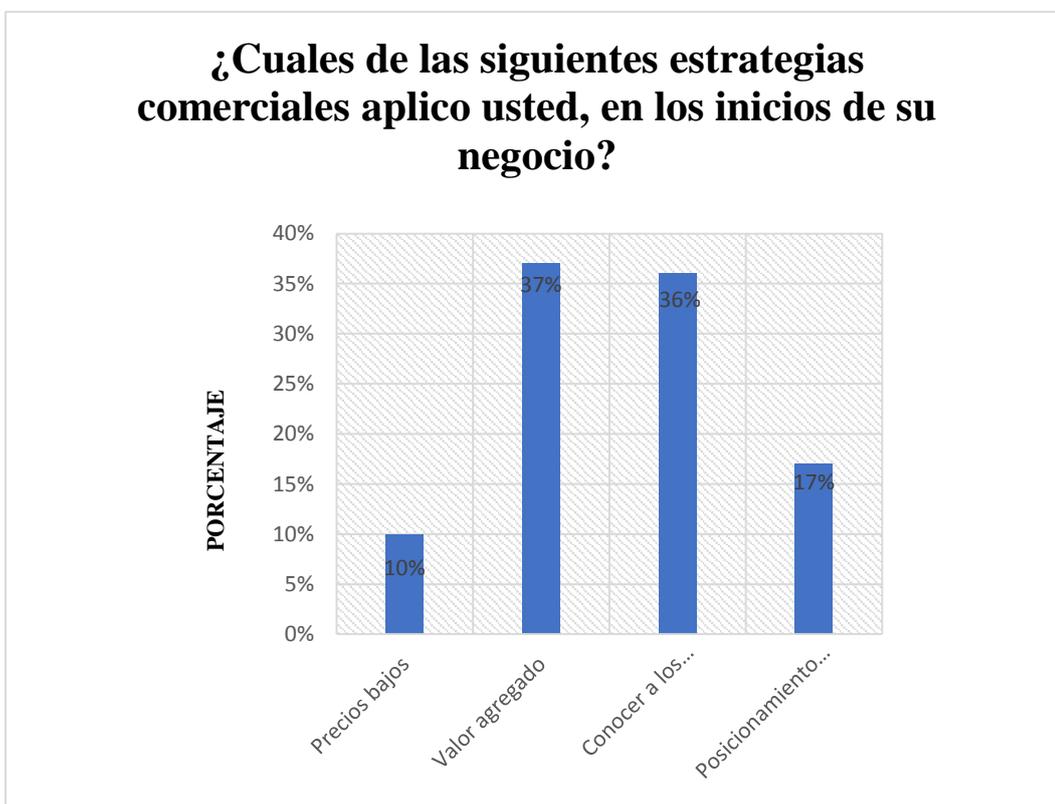
Análisis: Las Redes Sociales es uno de los medios más utilizados por los emprendedores para promocionar sus productos desatancándose en ello un 50%, siendo este el más influenciado en la actualidad, debido a que estamos más conectados como sociedad y debido al internet, varias personas se benefician de esto, más aún si son emprendimientos nuevos y no pueden pagar por una campaña publicitaria.

5. ¿Cuáles de las siguientes estrategias comerciales aplicó usted, en los inicios de su negocio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Precios bajos	19	10%	19
Valor agregado	76	37%	95
Conocer a los clientes	73	36%	168
Posicionamiento de la marca	35	17%	203
Total	203	100%	

Tabla 5: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Gráfico n° 5



Elaborado: Por los Autores

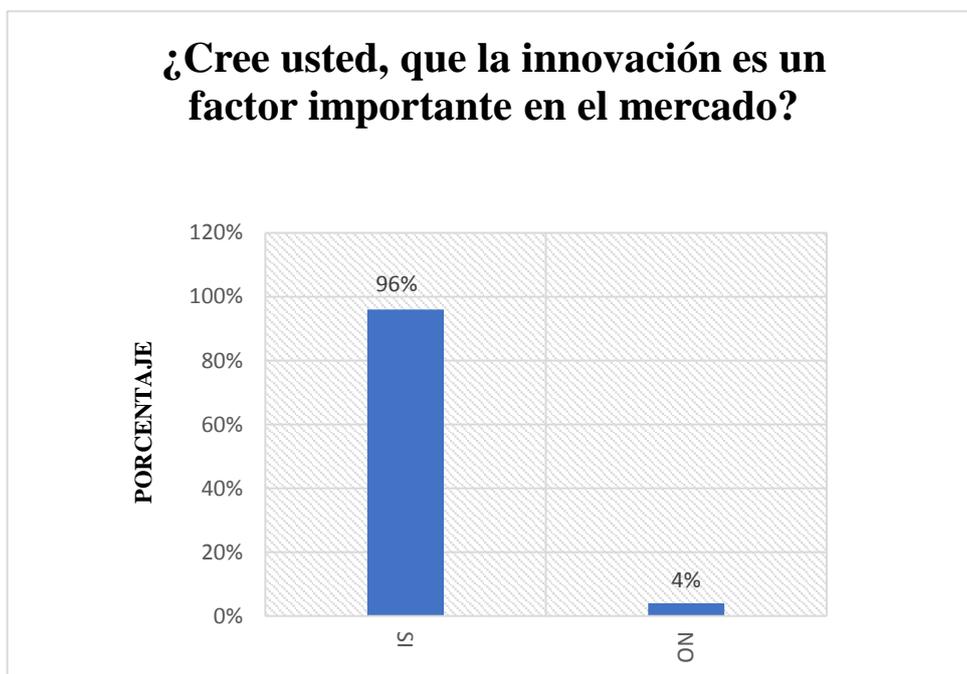
Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos, tenemos que el 37% de los encuestados optaron por utilizar valor agregado como estrategia comercial para su negocio y de menor porcentaje los precios bajos.

6. ¿Cree usted, que la innovación es un factor importante en el mercado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Si	186	92%	186
No	17	8%	203
Total	203	100%	

Tabla 6: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Gráfico n° 6



Elaborado: Por los Autores

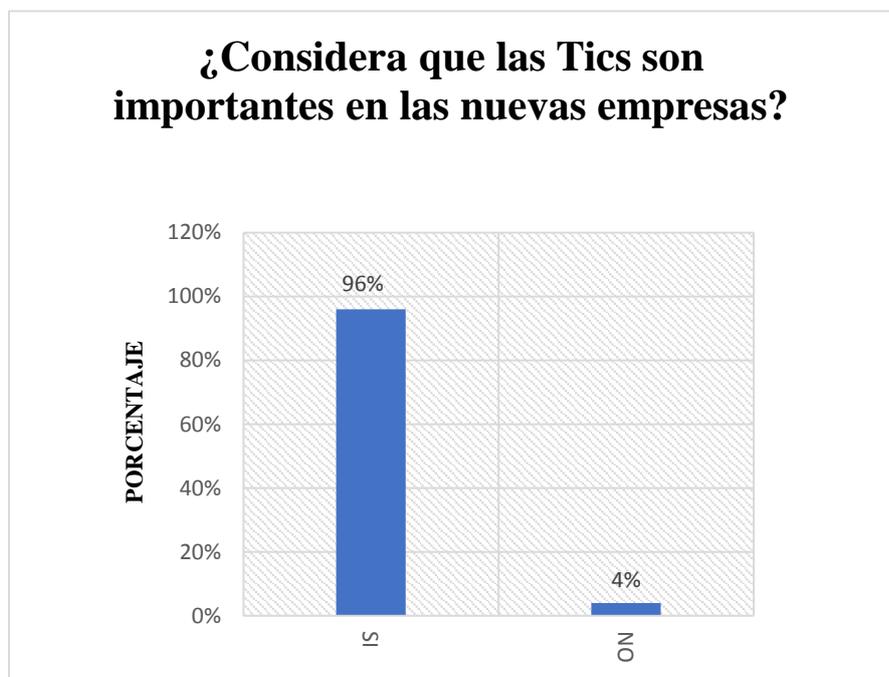
Análisis: Como podemos observar los resultados, el 92% de los emprendedores señala que es importante la innovación, ya que es uno de los factores que permite crecer a una empresa.

7. ¿Considera que las Tics son importantes en las nuevas empresas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Si	194	96%	194
No	9	4%	203
Total	203	100	

Tabla 7: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Gráfico n° 7



Elaborado: Por los Autores

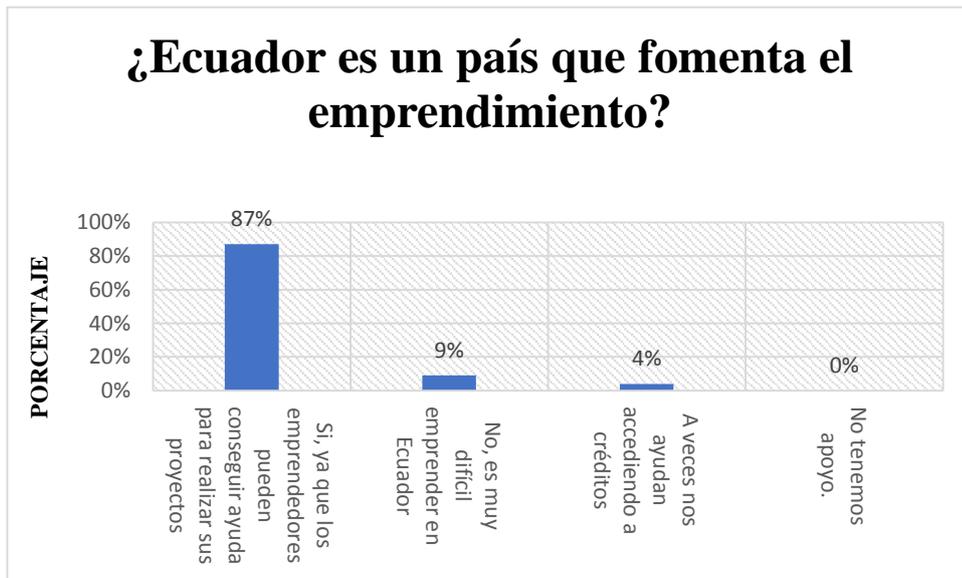
Análisis: Para una empresa Pyme es importante implementar tics, ya que le permite crecer y generar una ventaja competitiva importante debido al crecimiento tecnológico, este también es un impulsador en los emprendedores.

8. ¿Ecuador es un país que fomenta el emprendimiento?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Si, ya que los emprendedores pueden conseguir ayuda para realizar sus proyectos	177	87%	177
No, es muy difícil emprender en Ecuador	19	9%	196
A veces nos ayudan accediendo a créditos	7	4%	203
No tenemos apoyo.	0	0%	
Total	203	100%	

Tabla 8: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Gráfico n° 8



Elaborado: Por los Autores

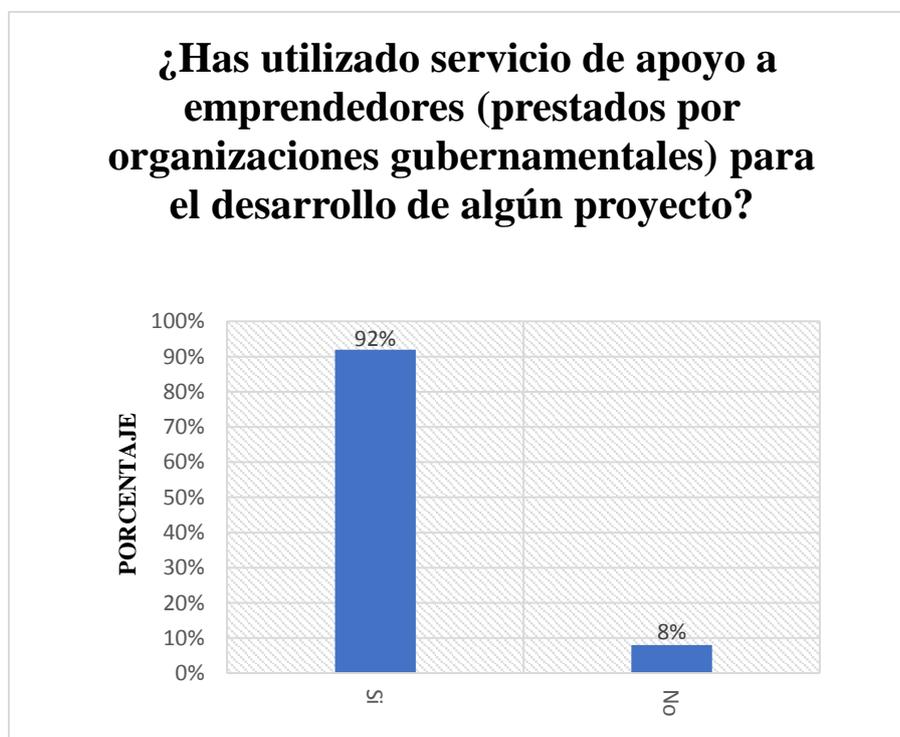
Análisis: Hemos podido constatar con un 87%, que en el Ecuador existen organizaciones que promueven los proyectos de los emprendedores y de esta manera facilitándoles la oportunidad de cumplir con sus objetivos, la participación de las organizaciones siendo esta privadas o públicas permite a muchos empresarios vincularse para dar inicios a sus proyectos o ideas de negocios.

9. ¿Has utilizado servicio de apoyo a emprendedores (prestados por organizaciones gubernamentales) para el desarrollo de algún proyecto?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Si	186	92%	186
No	17	8%	203
Total	203	100%	

Tabla 9: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Gráfico n° 9



Elaborado: Por los Autores

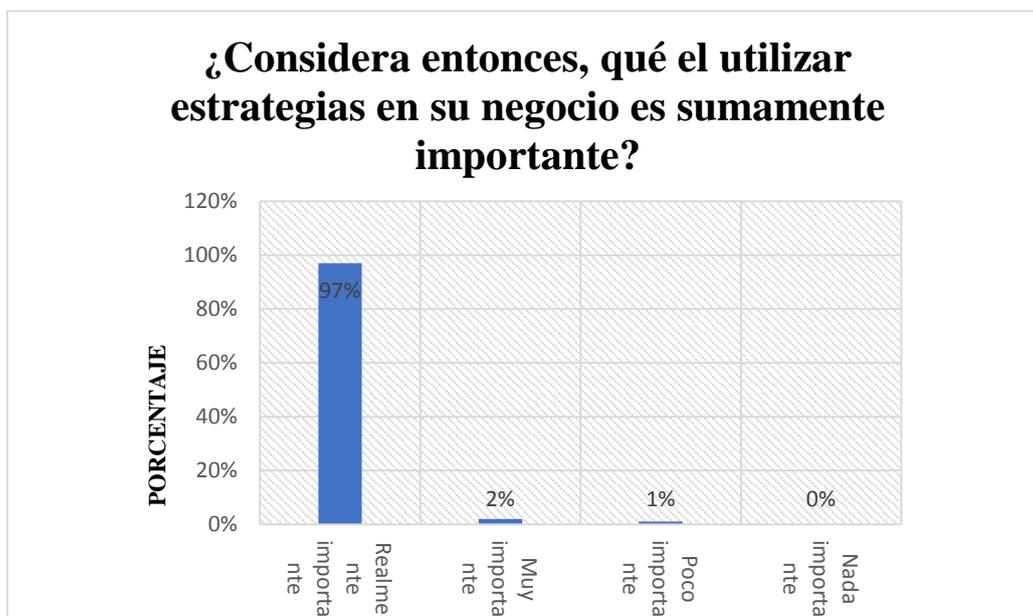
Análisis: Con un 92%, nos indica que por medios de las organizaciones gubernamentales han recibido apoyo para poder iniciar sus proyectos y dándoles la facilidad de obtener los implementos necesarios para dar inicios a sus emprendimientos, otros empresarios consideraron en emprender y buscar los bienes necesarios por cuenta propia.

10. ¿Considera entonces, qué el utilizar estrategias en su negocio es sumamente importante?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Realmente importante	196	97%	196
Muy importante	5	2%	201
Poco importante	2	1%	203
Nada importante	0	0%	
Total	203	100%	

Tabla 10: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Gráfico n° 10



Elaborado: Por los Autores

Análisis: Mediante los resultados podemos constatar que el 97% de los encuestados están consiente de cuán importante es utilizar estrategias en el negocio ya que mediante estas generan cliente y a la vez rentabilidad.

CONCLUSIÓN

La presente investigación se direcciono al análisis de las estrategias de marketing implementadas por los emprendedores de la ciudad de Milagro, lo cual permitió entender la importancia de aplicar ciertas estrategias para el desarrollo económico del negocio, considerando factores clave para reactivar la economía. Actualmente, emprender es la forma de subsistencia de las personas, administrar todo, tanto sus recursos, como su tiempo y la disponibilidad con la que cuentan.

En cuanto al papel del gobierno, se ha manifestado por medio de plataformas que impulsa la economía mediante créditos a los emprendedores quienes están registrados en el Ministerio de Inclusión y Economía Social. Por tanto, se concluye mediante la investigación que es necesario tener conocimientos básicos, saber cómo utilizar las estrategias en el negocio asegura mantenerse en el mercado, siempre y cuando estas sean bien aplicadas por el emprendedor, puesto que solamente sabiendo donde se quiere llegar, será posible implementar la estrategia correcta, es decir, el medio para alcanzar un fin.

BIBLIOGRAFÍA

- Bernardo, R. (27 de Febrero de 2017). *Un nuevo modelo de emprendimiento*. Obtenido de <https://www.eae.es/actualidad/medios/un-nuevo-modelo-de-emprendimiento>
- Cañar, G. (25 de Septiembre de 2017). MIES impulsa asociatividad de emprendedores para acceder a créditos de BanEcuador. *el telégrafo* . Obtenido de el telégrafo: <https://www.letelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mies-impulsa-asociatividad-de-emprendedores-para-acceder-a-creditos-de-ban-ecuador>
- Castro, A. A. (2014). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Scielo*, 175.
- EL TELEGRAFO . (15 de SEPTIEMBRE de 2018). ESTRATEGIAS DE LOS EMPRENDEDORES. *EL TELEGRAFO* .
- El Tiempo. (3 de Agosto de 2017). MARKETING Y NEGOCIOS. *El tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1343244>
- EL UNIVERSO. (4 de JULIO de 2017). EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR. *EL UNIVERSO*, pág. 8.
- Gasque, J. G. (2016). *Director general de G2 Consultores y especialista en startups*,. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/311881>
- GEM. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Obtenido de Ecuador con una alta tasa de emprendimiento sénior: <https://www.gemconsortium.org/>
- GEM. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Obtenido de Ecuador con una alta tasa de emprendimiento sénior.
- GUTIERREZ ESPINOZA, L. (s.f.). EMPRENDIMIENTO SOCIAL. *REVISTA TEC*.
- Gutiérrez, J. A. (2014). Emprendimiento e investigación en la escala de la formación profesional y la innovación empresarial. *Revista Escuela de Administración de*, 8.
- IPMARK. (2016). ESTRATEGIAS DEL MARKETING. *IPMARK*, 150.
- Jaramillo, W. A. (2011). *Claves para emprendedor*. Alemania.
- LLOPIS SANCHO, E. (2012). Claves de marketing para pymes y emprendedores. Obtenido de <http://www.garrigosyllopis.com/documents/publications/Claves-de-marketing-para-pymes-y-emprendedores.-M-V-abril-2012-2012-05-08-10-09-16.pdf>
- MARIO PADILLA, A. L. (2016). DIAGNOSTICO Y PERSPECTIVAS DE FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO . *SCIELO*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-5936201600010001

MARTIN, O. A. (2016). *TENDENCIAS Y RETOS DEL MARKETING EN EL ECUADOR*. Obtenido de <http://www.revistalatinacs.org/16SLCS/Martin1.pdf>

Medrano, M. L. (2014). Juventud y Emprendimiento. *Revista de estudio de juventud*, 23. Obtenido de http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista99_completa.pdf

MIES . (25 de Septiembre de 2017). *MIES impulsa asociatividad de emprendedores para acceder a créditos de BanEcuador*. Obtenido de Telégrafo : <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mies-impulsa-asociatividad-de-emprendedores-para-acceder-a-creditos-de-ban-ecuador>

Padilla, O. (2016). Características de un emprendedor. *Revista Lideres*, 180.

RODRIGUEZ LOZANO, G. (2018). APOYO AL EMPRENDIMIENTO. *SCIELO* , 128-143.