

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** LARA - REVISION URKUND.docx (D42795991)  
**Submitted:** 10/19/2018 8:04:00 PM  
**Submitted By:** walvarezb@unemi.edu.ec  
**Significance:** 1 %

### Sources included in the report:

TESIS DAYANA REVISADA 23-1-2018 - copia.docx (D35095753)

### Instances where selected sources appear:

1

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. 1.1. 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 CITATION GEM18 \l 3082 (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 logar 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 offline; la gente está online mediante redes, comunicado digitalmente, pero también offline siendo esta un arma más potente que tiene el empresario de acceder directamente con su cliente, entablar una conversación que genera una confianza.

Según CITATION Cañ17 \l 3082 (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 de 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. Analizar las diferentes estrategias implementadas por los emprendedores.
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 aplicará 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 creativa. 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 apoya a la iniciativa de los emprendedores y fortalece los negocios empresariales.

## CAPITULO II

### MARCO TEORICO

1. 1.1. 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 CITATION Med14 \l 3082 (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 de encargarse de la obra tenía que crear magníficas 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. 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 CITATION GEM18 \l 3082 (GEM, 2018).

1.2. 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. 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 CITATION LLO12 \l 3082 (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.

1.3. 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 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 CITATION OLL16 \l 3082 (MARTIN, 2016). 1.4. 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 mas relevantes que debería mantener la empresa para captar inversionistas de grandes elites CITATION Gas16 \l 3082 (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 Ejecucion 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 CITATION Cas14 \l 3082 (Castro, 2014).

## CAPITULO III

### METODOLOGÍA

2. 2.1. 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 el desenlace de la falta de ambición hacia su negocio. Como es de esperar se a puesto como primera pregunta en la encuesta uno de los canales por medio del cual su negocio es conocido y que tan aceptado es. 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 CITATION Jah14 \l 3082 (Gutiérrez, 2014).

2.2. 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. 2.3. 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. 2.4. Muestra

Según CITATION MIE17 \l 3082 (MIES , 2017), 147 emprendedoras y emprendedores del Distrito Milagro accedieron el Crédito de Desarrollo Humano del MIES. En base a este dato se podrá calcular la muestra para poder encuestar a los emprendedores.

$n = Z^2 p q / N e^2$  En donde N = Tamaño de la

0: TESIS DAYANA REVISADA 23-1-2018 - copia.docx

87%

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  $2 =$  Nivel de confianza al 1.96 (95%)

$n = 7.20349.365$

$n = 145$

Por lo tanto, se obtuvo que la muestra a encuestar será de 145

## 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 su emprendimiento en el mercado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Semanas	18	13%
Menos de 1 años	25	17%
1 a 2 años	48	33%
Mas de 2 años	54	37%
Total	145	100%

Tabla 11

Gráfico n° 1

¿Cuánto tiempo tiene su emprendimiento en el mercado? Porcentaje

Semanas Menos de 1 años 1 a 2 años Mas de 2 años 0.13 0.17 0.33 0.37

Fuente: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Elaborado: Brigitte Lara & Ericka Saltos

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 mas a las personas restante a que perduren en el negocio.

2. ¿En su negocio tiene a familiares laborando?

Tabla 22 Categoría

Frecuencia Porcentaje Si 100 69% No 45 31% Total 145 100%

Gráfico n° 2

¿EN SU NEGOCIO TIENE A FAMILIARES LABORANDO ? Porcentaje

Si No 0.69 0.31

Fuente: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Elaborado: Brigitte Lara & Ericka Saltos

Análisis: El 69% 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?

Tabla 33 Categoría

Frecuencia Porcentaje Si 125 86% No 20 14% Total 145 100%

¿Conoce de medios publicitarios para promocionar su negocio?

Porcentaje

Si No 0.86 0.14000000000000001

Gráfico n° 13

Fuente: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Elaborado: Brigitte Lara & Ericka Saltos

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos podemos constatar que el 86% 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?

Tabla 44 Categoría

Frecuencia Porcentaje Redes sociales 92 63% Radio 23 16% tv 10 7% volantes 20 14% Total 145 100%

Gráfico n° 4

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

Redes sociales Radio tv volantes 0.63 0.16 7.0000000000000007E-2 0.14000000000000001

Fuente: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Elaborado: Brigitte Lara & Ericka Saltos

Análisis: Las Redes Sociales es uno de los medios más utilizados por los emprendedores para promocionar sus productos desatancándose en ello un 63%, 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. ¿Qué tan importante considera usted, ser un buen emprendedor al momento de ponerse un negocio propio?

Tabla 55 Categoría

Frecuencia Porcentaje Bastante importante 128 88% Muy importante 17 12% Poco importante 0 0% Nada importante 0 0% Total 145 100%

¿Qué tan importante considera usted, ser un buen emprendedor al momento de ponerse un negocio propio? Porcentaje

Bastante importante Muy importante Poco importante Nada importante 88 12 0 0

Gráfico n° 5

Fuente: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Elaborado: Brigitte Lara & Ericka Saltos

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos, tenemos que el 88% de los encuestados dedujeron que es bastante importante ser un buen emprendedor para ponerse un negocio, contar con un espíritu emprendedor asegura tener un éxito en el negocio, siempre enfocándose a sus metas y ser visionario a crecer creando más establecimientos.

6. ¿Cuál cree que es el principal obstáculo para emprender?

Tabla 66 Categoría

Frecuencia Porcentaje Falta de capital 80 55% Falta de conocimiento 39 27% Falta de oportunidades 18 12% Falta de créditos a emprendedores 8 6% Total 145 100

¿Cuál cree que es el principal obstáculo para emprender? Porcentaje



Falta de capital Falta de conocimiento Falta de oportunidades Falta de créditos a emprendedores 55 27 12 6

Gráfico n° 6

Fuente: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Elaborado: Brigitte Lara & Ericka Saltos

Análisis: Con un 55% podemos determinar que el obstáculo de muchas personas para poder emprender es la falta de capital, y por otra parte con un 27% tenemos la falta de conocimiento, sin embargo, existen personas que se han aventurado a ser su propio jefe y muchas veces sin nada, tan solo ven una oportunidad y la toman para mejorar su calidad de vida. 7. ¿Ecuador es un país que fomenta el emprendimiento?

Tabla 77 Categoría

Frecuencia Porcentaje Si, ya que los emprendedores pueden conseguir ayuda para realizar sus proyectos 97 67% No, es muy difícil emprender en Ecuador 29 20% A veces nos ayudan accediendo a créditos 19 13% No tenemos apoyo. 0 0% Total 145 100%

Gráfico n° 7

¿Ecuador es un país que fomenta el emprendimiento? Porcentaje

Si, ya que los emprendedores pueden conseguir ayuda para realizar sus proyectos No, es muy difícil emprender en Ecuador A veces nos ayudan accediendo a créditos No tenemos apoyo. 67 20 13 0

Fuente: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Elaborado: Brigitte Lara & Ericka Saltos

Análisis: Hemos podido constatar con un 67%, 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. 8. ¿Cuál cree usted que es el género más permanente en el mercado como emprendedor?

Tabla 88 Categoría

Frecuencia Porcentaje Hombre 113 78% Mujer 32 22% Total 145 100%

Gráfico n° 8

¿Cuál cree usted que es el género más permanente en el mercado como emprendedor? Porcentaje

Hombre Mujer 78 22

Fuente: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Elaborado: Brigitte Lara & Ericka Saltos

Análisis: Dado a los resultados obtenidos por las encuestas, podemos constatar que el género que más predomina en el mercado, es el hombre con un 78% y con una gran diferencia hacia el género femenino, quizás sea esto por el hecho de que los hombres son más sagas para los negocios, no dejando de lado a la mujer ya que es muy inteligente. Se puede esperar que en un futuro la mujer sea quien predomine el mercado. 9. ¿Has utilizado servicio de apoyo a emprendedores (prestados por organizaciones gubernamentales) para el desarrollo de algún proyecto?

Tabla 99 Categoría

Frecuencia Porcentaje Si 116 80% No 29 20% Total 145 100%

Gráfico n° 9

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

Si No 80 20

Fuente: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Elaborado: Brigitte Lara & Ericka Saltos

Análisis: Con un 80%, 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. ¿Ha recibido charlas de motivación y emprendimiento por alguna organización gubernamental? Tabla 1010 Categoría

Frecuencia Porcentaje Si 95 66% A veces 18 12% Algunas veces 27 19% Nunca 5 3% Total 145 100%

¿Ha recibido charlas de motivación y emprendimiento por alguna organización gubernamental?

Porcentaje

Si A veces Algunas veces Nunca 66 12 19 3

Gráfico n° 10

Fuente: Emprendedores de la Ciudad de Milagro

Elaborado: Brigitte Lara & Ericka Saltos

Análisis: Con un 66% podemos constatar que los emprendedores han recibido charlas constantes con entidades gubernamentales, para desarrollar mejor sus proyectos y mejorar de sus servicios.

CONCLUSIÓN El marketing es esencial y necesaria en toda empresa sea grande o pequeña, y mas aun si van a comenzar y no saben cómo captar clientes hacia su negocio, generando una rentabilidad y brindando una satisfacción hacia los clientes. 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. Se ha comprobado cuan importante es aplicar estrategias de marketing en un negocio, partiendo de las redes sociales que son las que más utilizadas para interactuar con los clientes.

Por tanto, se concluye que, mediante la investigación, contar con conocimientos básicos de saber como utilizar las estrategias en el negocio asegura mantenerse en el mercado, siempre y cuando estas sean bien aplicadas por el emprendedor. Existen varios medios, pero como hoy en día estamos mas conectados digitalmente se lo puede hacer por redes sociales como Facebook, Instagram, siendo estos lo más utilizados ya que ha permitido un mayor alcance a los usuarios.

¿EN SU NEGOCIO TIENE A FAMILIARES LABORANDO ? Porcentaje

Si No 0.69 0.31

¿Ecuador es un país que fomenta el emprendimiento? Porcentaje

Si, ya que los emprendedores pueden conseguir ayuda para realizar sus proyectos No, es muy difícil emprender en Ecuador A veces nos ayudan accediendo a créditos No tenemos apoyo. 67 20 13 0

¿Cuánto tiempo tiene su emprendimiento en el mercado? Porcentaje

Semanas Menos de 1 años 1 a 2 años Mas de 2 años 0.13 0.17 0.33 0.37

¿Cuál cree que es el principal obstáculo para emprender? Porcentaje

Falta de capital Falta de conocimiento Falta de oportunidades Falta de créditos a emprendedores 55 27 12 6

¿Ha recibido charlas de motivación y emprendimiento por alguna organización gubernamental? Porcentaje

Si A veces Algunas veces Nunca 66 12 19 3

¿Qué tan importante considera usted, ser un buen emprendedor al momento de ponerse un negocio propio? Porcentaje

Bastante importante Muy importante Poco importante Nada importante 88 12 0 0

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

Si No 80 20

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

Redes sociales Radio tv volantes 0.63 0.16 7.0000000000000007E-2 0.14000000000000001

¿Conoce de medios publicitarios para promocionar su negocio? Porcentaje

Si No 0.86 0.14000000000000001

¿Cuál cree usted que es el género más permanente en el mercado como emprendedor? Porcentaje

Hombre Mujer 78 22

Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.

---

Instances from: TESIS DAYANA REVISADA 23-1-2018 - copia.docx

1 87%

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-

1: TESIS DAYANA REVISADA 23-1-2018 - copia.docx 87%

población.  $P$ : probabilidad de éxito.  $Q$ : probabilidad de fracaso  
 $P*Q$ : varianza de la población.  $E$ : margen de error NC (1-