



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE LOS MICRONEGOCIOS DEL
SECTOR SERVICIOS DE GUAYAQUIL, AÑO 2021**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciada en Administración de
Empresas

AUTOR: GABRIELA CAROLINA ROQUE FAJARDO

TUTOR: SONNIA ALEXANDRA PROAÑO CHACHA

GUAYAQUIL - ECUADOR

2022

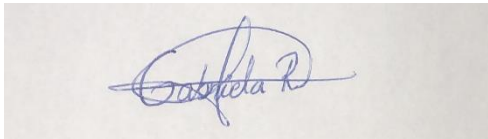
CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Gabriela Carolina Roque Fajardo con documento de identificación N° 0932571953 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 28 de marzo del 2022

Atentamente,



Gabriela Carolina Roque Fajardo

0932571953

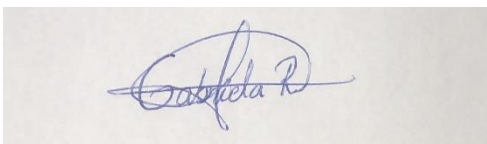
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Gabriela Carolina Roque Fajardo con documento de identificación No. 0932571953 expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo Académico: "Análisis de la Situación Económica de los Micronegocios del Sector Servicios de Guayaquil, Año 2021", el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: licenciada en Administración de Empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 28 de marzo del 2022

Atentamente,



Gabriela Carolina Roque Fajardo
0932571953

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Sonnia Alexandra Proaño Chacha con documento de identificación N° 0919998914, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE LOS MICRONEGOCIOS DEL SECTOR SERVICIOS DE GUAYAQUIL, AÑO 2021, realizado por Gabriela Carolina Roque Fajardo con documento de identificación N° 0932571953, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 28 de marzo del 2022

Atentamente,



Msc. Sonnia Alexandra Proaño Chacha
0919998914

Análisis de la situación económica de los micronegocios del sector servicios de Guayaquil, año 2021

Analysis of the economic situation of micro-businesses in Guayaquil's service sector, year 2021

Resumen

Los micronegocios ejercen un rol esencial en el aparato productivo del Ecuador. La presente investigación indaga sobre la situación económica y sustentable de los micronegocios del sector servicio concentrados en la ciudad de Guayaquil, que, en comparación con otros sectores productivos, han sido quienes mayor vulnerabilidad percibieron durante el inesperado virus. Considerando, además a este tipo de empresa careciente de una estructura financiera/administrativa fuerte u organizada, lo cual los conlleva a limitarse ante eventualidades impredecibles como es la propagación (covid-19). Para analizar la situación económica de los micronegocios del sector de servicios, esta investigación se afianza en tres objetivos, primero; identificar los diferentes tipos de micronegocios que integran el sector de servicios, segundo; diagnosticar la situación económica en los micronegocios y, por último; determinar los factores que incidieron en la continuidad del micronegocio. Dicho estudio es de tipo no experimental, documental y de campo. Se aplica a conveniencia 100 encuestas a micronegocios y 5 entrevistas dirigidas a expertos en el tema. Los propietarios y los trabajadores de los micro y pequeños negocios son los más afectados por el efecto económico dimanado de la enfermedad pandémica, ergo, 8 de cada 10 empleos que se perdieron en el inicio de la crisis, proceden de este tipo de unidades económicas.

Abstract

Microbusinesses play an essential role in Ecuador's productive apparatus. This research investigates the economic and sustainable situation of micro-businesses in the service sector concentrated in the city of Guayaquil, which, compared to other productive sectors, have been the most vulnerable during the unexpected virus. Considering, in addition, that this type of business lacks a strong or organized financial/administrative structure, which leads them to limit themselves in the face of unpredictable eventualities. To analyze the economic situation of micro-businesses in the service sector, this research is based on three objectives: first, to identify the different types of micro-businesses that make up the service sector; second, to diagnose the economic situation in micro-businesses; and finally, to determine the factors that influence the continuity of micro-businesses. This is a non-experimental, documentary and field study. A total of 100 microbusiness surveys and 5 interviews with experts on the subject were conveniently applied. The owners and workers of micro and small businesses are the most affected by the economic effect of the pandemic disease, therefore 8 out of 10 jobs that were lost come from this type of economic units.

Palabras clave

Micronegocios, microempresas, tipos de microempresas, servicios, sector terciario, impacto socioeconómico.

Keywords

Microbusinesses, microenterprises, types of microenterprises, services, tertiary sector, socioeconomic impact.

1. Introducción

El entorno global empresarial se contempla dentro de un contexto; incierto, volátil, ambiguo y muy complejo ante la amenaza del virus designado científicamente como COVID-19.

En los países de América Latina y el Caribe, la crisis económica generada por el coronavirus impacta fuertemente, golpeando una estructura productiva y empresarial con debilidades que se han derivado a lo largo del tiempo (CEPAL, 2020). Esta nueva enfermedad adquiere graves secuelas para el negocio mundial y las organizaciones que lo sustentan. Mientras, las naciones hacen frente las diversas fases de confinamiento o los períodos de desescalada, se va comprobando que el virus ha perjudicado en especial a las pequeñas y medianas empresas (INTRACEN, 2020). Evidentemente, cada día las empresas se enfrentan a nuevos retos, entre ellos; factores externos tales como las amenazas, que comúnmente, mediante herramientas o decisiones pueden amenguarse aprovechando las oportunidades que yacen dentro del mercado, más no eliminarlas. No obstante, la llegada del virus llamado covid-19 ha dejado paralizada la actividad comercial, sin distinción alguna, partiendo desde las grandes industrias hasta las micro y pequeñas empresas, a causa de que la repentina aparición del virus habría topado un punto de inflexión donde la incógnita surge latente alrededor del entorno socioeconómico.

Aún cuando la crisis desfavorece a cada una de las empresas, el efecto se ha focalizado mucho más en la situación de las microempresas y las PYMES, debido a su peso en la estructura empresarial del territorio, por consecuente, se traduce en monumentales cierres de empresas y pérdidas de puestos de trabajo (CEPAL, 2020).

Según perspectivas de competitividad de las PYMES (2020) dos terceras partes de las microempresas y las pequeñas empresas afirmaron que han sido profundamente afectadas por la emergencia sanitaria con un 40 % de las empresas más grandes. Una quinta parte de las PYMES atestiguaron a mediados de la pandemia encontrarse en una posición de riesgo al cierre permanente en los próximos tres meses. Prácticamente el 55 % de las PYMES avalan sobre la grave afectación en sus operaciones empresariales (INTRACEN, 2020). Por lo tanto, los pequeños y medianos negocios, así como los autónomos, vieron con incertidumbre las consecuencias económicas y financieras que la crisis sanitaria arrojaría. El predominio de micro, pequeñas y medianas empresas en el tejido productivo de Ecuador, es otra de las razones por las que el efecto de la crisis podría considerarse intenso.

El 99% de la totalidad de empresas ecuatorianas está representado por las MIPYMES, y cerca al 60% del trabajo registrado. En especial, las microempresas que figuran el 90% del total y ocupan el 25% del empleo inscrito (OCDE, 2020).

El sector terciario es el más estropeado en materia económica por el coronavirus, en particular, las dedicadas al alojamiento y la hostelería. El 76 % de las empresas que se encuestaron dedicadas a dichos servicios aseveraron que los confinamientos totales o parciales han perjudicado gravemente al dinamismo de sus operaciones (INTRACEN, 2020). Basado en lo expuesto, esta investigación tiene como objetivo general; analizar la situación económica de los micronegocios del sector de servicios de Guayaquil, año 2021, y se alcanza mediante tres objetivos específicos, primero; identificar los diferentes tipos de micronegocios que integran el sector de servicios, segundo; diagnosticar la situación económica de los micronegocios y, por último; determinar los factores que incidieron en la continuidad del micronegocio, pretendiendo colaborar con dicho grupo, puntualizando en la búsqueda de aspectos que se requieren para la reactivación de sus actividades de servicio debido a que su situación económica depende de la misma, de esta manera se logra brindar una perspectiva analítica en conjunto de recomendaciones para opacar la falta de trabajo autónomo dentro de la ciudad de Guayaquil y por ende el desempleo que repercute en el territorio ecuatoriano.

1.1 Marco teórico

El siguiente marco teórico procede de aportaciones, opiniones e investigaciones apoyadas en datos históricos o estudios antelados al tema tratado que permite reforzar y proveer información relacionada con el tema objetivo.

El 30 de enero de 2020 se declaró emergencia internacional por parte del comité de la Organización Mundial de la Salud (OMS) debido al brote del coronavirus de Wuhan, China (Suarez, 2020), el cual extendió su contagio progresivamente en casi todos los países del mundo, consecuencia a esto, la enfermedad pandémica produce un impacto bastante profundo sobre la economía y la sociedad de Latinoamérica y el Caribe. De modo que, cada país tuvo que tomar medidas diligentes sin poder analizar meticulosamente sus condiciones frente a la insistente novedad, así que, el 16 de marzo entró en vigor el Decreto Ejecutivo No. 1017, que declaraba el estado de excepción por emergencia sanitaria en todo el territorio ecuatoriano, el cual, precisaba que, desde el 17 de marzo del 2020 la limitación de la libertad de tránsito en Ecuador se ejercerá con el propósito específico de mantener la cuarentena comunitaria obligatoria para prevenir el surgimiento de nuevas transmisiones del virus. Art. 4 (Constitucion del Ecuador, 2008).

Las restricciones obligatorias se establecieron como respuesta ante el covid-19 en Ecuador, afectaron de manera directa a los micronegocios a nivel nacional, focalizándose en Guayaquil, debido a que el COE declaró a la provincia del Guayas como “zona de seguridad nacional” fijando las siguientes medidas: horarios rígidos y toque de queda, toda la jornada presencial de trabajo cesó tanto en el sector público y privado, cierre de espacios tanto de servicios públicos o privados a excepción de los de salud, seguridad, servicios de riesgos y los que, por emergencia, los ministerios decidan tener abiertos. Es decir, el comercio se pausó, mucho más aquellos que no contaban con servicios online o a domicilio, no se pudieron rehusar a que el golpe económico fuera aplastante. Y es que se sostiene que el resultado de uno de los conductos primordiales de transmisión de la crisis actual se debe al confinamiento y paralización de la actividad económica en muchos sectores que en efecto instan a la caída temporal de la oferta doméstica, que podría ser permanente en caso del quebranto de capacidades productivas o quiebra de la susceptibilidad empresarial, y posiblemente mantendría una impresión duradera sobre el potencial de crecimiento de la economía ecuatoriana (OCDE, 2020). Varios meses después, concedieron los aforos en locales con excepciones y altas medidas de bioseguridad. A ciencia cierta, el virus no solamente ha conspirado contra la salud y el ambiente social, también ha causado problemas en grandes magnitudes al marco político y socioeconómico (Molina-Villacís, C. J., Macías Chuto, E. M., & Rivera Barberán, G. R., 2021).

En términos estadísticos; el Fondo Monetario Internacional (FMI, 2021) y (Banco Mundial, 2022) muestran datos del comportamiento del PIB 2020; - 6,4%, en el 2021 de; 6,7% y se prevé un 2,6% para el primer trimestre del 2022, por otro lado, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020) había estimado a finales de junio de 2020 el cierre de 2,7 millones de negocios o empresas de grande y pequeña escala, y el 21% se trataba de las microempresas, en el campo del empleo esta devastación es de más de 8,5 millones de puestos de trabajo: 8,1% del total del trabajo formal en el área empresarial y más de un quinto de los puestos de trabajo generados por las microempresas (CEPAL, 2020). En el caso de Ecuador, el 2020 significó una caída de -7,8% en el producto interno bruto (BCE, 2021) y en el primer trimestre del 2021 se relacionó un crecimiento del 5,6% en comparación con el último trimestre del 2020 (Primicias, 2022), reflejo de la pandemia.

Ante el problema se detecta que las microempresas han reconocido ser arruinadas por la pandemia de covid-19, puesto que se debilitaron reciamente, y muchos negocios han cerrado sus puertas, causa del efecto del virus que exige un replanteamiento de sus estructuras o modelos de negocios (Campuzano, Anchundia y Baque, 2021). De por sí, la participación de este tipo de unidad es impulsadora y estimuladora para la economía ecuatoriana, ya que son generadoras de empleo, convirtiéndose en pilares económicos del país.

Las microempresas se definen como pequeñas organizaciones dirigidas por sus dueños o propietarios, normalmente, son creadas por un miembro de un segmento marginado y vulnerable de la población que, para hacer frente a las limitaciones tanto de capital, acceso al

crédito y barreras a la entrada, optan por diversas formas organizativas (Zambrano, Sánchez, Correa, 2021). De acuerdo con la (SUPERCIAS, 2021) una microempresa posee la cantidad de trabajadores entre 1 a 9 trabajadores y con ingresos menores a \$100.000,00. Fijando otro aporte (Reserve, 2021) la microempresa o micronegocio consiste en un negocio muy pequeño que le genera ingresos a una persona o a una familia, una sola persona puede incluso dirigir este tamaño de empresa. A partir de lo conceptualizado se deriva a que microempresa o micronegocio son sinónimos debido a que, de igual manera el micronegocio se entiende como las pequeñas tiendas, empresas, o unidades productivas menor o igual a 9 trabajadores, además de ser de gran parte del tejido productivo del país (Tiempo, 2021). Los servicios basados en la teoría de Sabolo se segmentan de dos formas; los servicios finales y los intermedios, los servicios finales abarcan lo tradicional como las actividades domésticas y el pequeño comercio, turismo y otras actividades de esparcimiento, en cambio los servicios intermedios se refiere a los productores tanto de bienes y servicios, dado que son complementarios y un ejemplo de ellos es el transporte, las telecomunicaciones, los servicios bancarios, etc. (González, Clemente del Río Gómez, José Domínguez).

Dicho esto, lo primero que hay que discernir es que las MIPYMES se enfocan principalmente en las áreas de comercio, agricultura, producción de productos y servicios de bajo valor agregado, cuyos sectores se han visto severamente afectados producto del contagio masivo.

En segundo lugar, existe un alto nivel de informalidad entre las MIPYMES, lo que es factor de la mala respuesta a las crisis por varias razones, ubicándolos en estado de debilidad, como el hecho de que algunos canales que respaldan al sector productivo son limitados y tienen dificultades para llegar a estas empresas.

Tercero, las MIPYMES en Ecuador retornan un margen de productividad muy bajo y la brecha con las empresas grandes y formales en Ecuador es particularmente alta (OCDE, 2020), dado que, en definitiva las grandes empresas cuentan con una capacidad de mayor proporción para contrarrestar una crisis como la de Covid-19, a diferencia de los dueños de las microempresas que se vieron en la obligación de tomar duras decisiones, entre ellas; cerrar la actividad comercial que ofrecían, darle un giro total al negocio, o seguir esperando respuesta de los gobiernos y difícilmente evaluar un posible financiamiento que procure levantar o acoger en un sentido más amplio las medidas anunciadas por las autoridades competentes. De manera que, si en otros países el choque inoportuno del virus en apogeo implicó negativamente, hay que tomar en cuenta que en Ecuador un porcentaje alto se encuentra formado por las pequeñas y medianas empresas, por esta misma razón, la reactivación económica y social se vio perjudicada, el PIB disminuyó y el riesgo era alto para la captación de inversores, en especial, en países de tercer mundo. Efectivamente, el impacto de la covid-19 ha sido devastador en el despliegue económico de los microempresarios, comprendiendo que este tamaño de empresa se considera una herramienta útil para que el aparato productivo sea capaz de dinamizar la actividad económica en Ecuador (Álvarez, Moran y Baque, 2020), por lo cual se reitera que gran parte de su importancia radica en el hecho de que son fuentes de empleo.

En una coyuntura similar, pero con enfoque internacional se acota el caso de México, que refuerza la idea de que los micronegocios fueron perjudicados siendo promotores de trabajo en una economía; en el 2020 estos sectores representan cerca del 34% del empleo total (Bejarano, Hancevic y Núñez, 2021). En el año 2021 casi 400.000 micro y pequeñas empresas se vieron forzadas a cerrar en el país mexicano, los resultados de una investigación cuantitativa, de alcance descriptivo, utilizando metodología de Actor-Network Theory (ANT) y como herramienta de análisis el Chi Square Automatic Interaction Detection (CHAID), se encontró que aproximadamente el 23% de las personas económicamente activas cuentan con excedentes y se ha reforzado el interés de los micro-inversores que mediante proyectos ayudan a crear empleos o contribuyen a preservar la existencia de otros. Además, que la digitalización es la clave para que una microempresa aspire a obtener financiamiento colectivo, y, por lo tanto, para mejorar sus posibilidades de sobrevivencia en un escenario de contingencia económica (Segura-Mojica, F.J., 2021).

Partiendo desde las conjeturas anteriores; las empresas de todos los sectores están reconsiderando su sostenibilidad; en vista de que su mayor temor es hacer negocios en medio de la insostenibilidad financiera, la inseguridad económica y la posibilidad de pérdida de puestos de trabajo (Păunescu, C., & Mátyus, E., 2020). Sin duda, el virus ha desafiado al sistema socioeconómico mundial y, por ende, las MIPYMES ecuatorianas no lograron salir ilesas, tanto que, la contracción de la demanda por el confinamiento, muchas de ellas han cargado con la necesidad de replantear sus modelos de negocios. Y los sectores más sensibilizados son el comercio mayorista y minorista; las actividades comunitarias sociales y personales; hoteles y restaurantes; actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, y las manufacturas (CEPAL, 2020). Agregando que, el sector terciario en el país registró de marzo de 2020 a marzo 2021 afectaciones en mayor impacto en los negocios de servicios (CEPAL, 2020). Entre ellos: los servicios de alojamiento, las actividades deportivas, los servicios personales, las agencias de viajes, la venta y reparación de vehículos, las actividades artísticas y la fabricación de muebles, las cuales acusan el descenso entre un 55% y 86% de la actividad laboral (Expansión, 2021). Todo ello pone el foco sobre los sectores más penalizados por la cuarentena, lo cual incluye la hostelería, que tuvieron que cerrar sus locales a distinción de la entrega a domicilio o la situación de la reposición de otras empresas, las competiciones deportivas o la comercialización de determinados servicios.

El desasosiego de la situación microempresarial se incrementó en abril del 2020, puesto que el 71% de las empresas reportó que deben pagar arriendo por maquinaria o infraestructura física (Franco, 2020), por lo que el servicio de rentas internas (SRI) informó que solo en el año 2020 se liquidaron alrededor de 3.500 empresas (EKOS, 2020), y las ventas globales en el mismo año (2020) registró con pérdida de 29.389 millones, que en información porcentual significa una contracción del 15% comparado al 2019 (Andrade, Pisco, Quinde y Coronel, 2021). No obstante, a inicios del año 2021, se reportó una alteración de la cantidad de micronegocios elevándose a un 4,1% en comparación con el mismo período (año 2020), y de igual forma, el personal o miembros de estas unidades económicas aumentó 1,7% en este intervalo de tiempo. Por el contrario, los ingresos nominales decrecieron en 17,8% entre el último trimestre del 2020 y el primer trimestre del 2021 (Portafolio, 2021).

En lo que respecta a los costos y gastos e ingresos, el 67% de empresas no pudieron ajustarlos de forma equilibrada, y es que el estallido repentino de la pandemia ha obligado a las empresas a tomar decisiones emergentes, por lo que deben recurrir a medidas operativas claras, como el uso de la subcontratación, para encontrar formas de reducir costos y tarifas operativas (Aburumman, 2020), y por tal motivo muchas empresas modificaron reducidamente del 25% al 50% del salario de sus trabajadores y han regularizado las jornadas laborales para no acabar con el ofrecimiento de sus servicios (Sumba, Rodríguez, Saltos & Tumbaco, 2020).

Corresponde argumentar que el tamaño de una empresa es uno de los factores que ayudan a la resistencia por la estabilidad en el mercado (Fajardo, M. Fernández, C. Vásquez, D. Toscano, L. Fajardo, 2016). Otros factores cruciales en el ámbito MYPIMES; son la falta de recursos humanos, las finanzas, el medio ambiente y las regulaciones inclinadas a favorecer a las grandes empresas, de igual manera, exhibe la carencia de conocimientos sobre la competencia del mercado y del mercado global para el comercio y por ende, la competencia internacional es imposibilitada (Grater, Parry y Viviers, 2019), dado que al no ser atendido, los que conforman este sector se sienten expulsados del sistema, y se enfrentan a su manera la financiación insuficiente, junto con mala solvencia que es otro problema persistente, cuyos aspectos se unen con una capacidad de crédito baja, que desacelera su potencial económico.

En este contexto actual para contribuir a la recuperación económica del país se requiere superar las debilidades anteriores, tratando de integrarse a mercados dinámicos, participando formalmente en la integración con grandes empresas dinámicas y fusionándose en modelos asociativos con otras empresas, para establecer economías de escala y colectividad. Para poder hacer esto, se necesita una gestión dinámica y a la vez metódica que sea capaz de administrar sagazmente frente a la complejidad actual, la incertidumbre de la crisis y la estructura productiva del Ecuador (Vásquez, Useche, Salazar, Ordóñez, 2021).

Hoy en día este tipo de unidad se puede integrar, solo en caso de que recién surja el negocio, al SAS (Sociedades de acciones simplificadas); en un resumen breve se trata de un tipo de compañía comercial que incluye una o más personas naturales o jurídicas, al simplificar el procedimiento, sin costo. Su objetivo es dinamizar la economía al formalizar el negocio, ampliando su proceso de producción al constituirlos como entes de créditos, el cual se estableció el 18 de mayo del 2020 (SUPERCIAS, 2020). También están disponibles las tendencias tecnológicas como el teletrabajo y el uso globalizado de Internet que persisten de manera indefinida (Tisdell, Economic, social and political issues raised by the COVID-19 pandemic, 2020), aunque estas tendencias se hallaban antes de COVID, han aumentado en magnitud, dejando la pregunta de si son social y psicológicamente deseables (Tisdell, Information technology's impacts on productivity and welfare, 2017). Es vital aterrizar en la digitalización con enfoques de modelos y estrategias online como las formas de comunicarse (Zoom, WhatsApp, Google Meet, etc.), aprovechando también los recursos tecnológicos (Google drive, office online, etc.) que maximice su posición en el mercado, comunicación con clientes e innovación (Muñoz Aparicio, C. G., Pérez Sánchez, B., & Navarrete Torres, M. del C., 2020).

No hay que suprimir la realidad, por lo que, los países en desarrollo que necesitan avanzar en sus aspiraciones declaradas sobre el crecimiento inclusivo y desarrollo sostenible deben prestar especial atención a las MIPYME, ya que, si se las deja a su suerte, la mayoría de las ellas no podrán crecer ni alcanzar su máximo potencial (Grater, Parry y Viviers, 2019).

A lo largo del desarrollo del marco teórico se han identificado variables o factores que indiscutiblemente recaen en el funcionamiento microempresarial y otros diagnósticos más consolidados que posibilitan las dimensiones para descifrar los que mayor ponderación tienen sobre la situación económica de los micronegocios o microempresas del sector terciario, y a su vez, la propia formación del cuadro dimensional que sirve para la evaluación metodológica y análisis investigativo donde se concluyen los resultados.

2. Materiales y método

En función de que la recolección de datos cuantitativos y cualitativos presencian un papel importante dentro de cualquier investigación, en esta sección se detalla el método científico que se aplica para la formulación de los criterios y avances del estudio. Por lo tanto, la metodología que sustenta esta investigación es de tipo no experimental, documental y de campo.

Los tres tipos de investigaciones acotadas permiten la comprensión, estudio y análisis de las razones del objeto de estudio que prueban los hechos que repercutieron en el impacto económico, precisando en averiguar los factores de las variables (independiente; micronegocios y dependiente; servicios) ubicados en la ciudad de Guayaquil, y que además aportan datos fundamentales para llevar a cabo la investigación.

Se aplica técnicas de investigación; encuesta y entrevista, donde se recopila información sustancial sobre los micronegocios de servicios ubicados en Guayaquil, para ello, se concreta 5 entrevistas formuladas por 10 preguntas divididas en tres dimensiones orientadas a expertos con el fin de profundizar el tema investigativo en relación con la problemática suscitada. No se recurre al cálculo de muestra probabilística, puesto que, se dificulta la recolección de una muestra más extensa, debido a que aún persisten las condiciones de emergencia sanitaria, otras de las razones es la facilidad en que los sujetos reclutados accedan a responder el cuestionario y al ser no probabilístico ayuda a la optimización del tiempo que solicita la investigación, en virtud de la elección, se efectúa encuestas a conveniencia a 100 micronegocios concerniente a los dueños, encargados y/o propietarios. El cuestionario se encuentra estructurado con 22 preguntas divididas en 5 dimensiones en la escala de Likert respaldadas por el Formulario de Google (online) y 11 preguntas adicionales de escala descriptiva que recaban información que consolida al estudio del actual escenario económico.

Tabla 1. Escala de Likert

	Puntuación
Totalmente de acuerdo (TA)	5
De acuerdo (DA)	4
Indiferente(I)	3
Desacuerdo (DS)	2
Totalmente en desacuerdo (TD)	1

Elaboración propia

Cuadro 1. Dimensiones para evaluar los micronegocios

DIMENSIONES	FACTORES
Microempresario	1. Posee una preparación de tercer nivel o técnica que aporte al servicio que ofrece
	2. Conoce de que se trata el SAS (las sociedades por acciones simplificadas)
	3. Como microempresario se vio en la necesidad de un giro de negocio (dedicarse a otra actividad)
	4. Cuenta con información pertinente y herramientas estratégicas para la sostenibilidad del Micronegocio
Comportamiento financiero	5. Sus ventas en el 2018 se consideraban "buenas" o beneficiosas
	6. Sus ventas entre el periodo 2019 y 2020 aumentaron
	7. Sus gastos superaron los ingresos durante la pandemia en el 2019 y 2020
	8. Sus gastos superaron los ingresos durante la pandemia en el 2020 y 2021
	9. Sus ventas en el año 2021 disminuyeron
	10. Su Micronegocio forma parte del SAS (las sociedades por acciones simplificadas)
Impacto social	11. El confinamiento y las restricciones fueron causantes de la liquidación o cierre definitivo de su Micronegocio
	12. La pandemia fue un impulso para mejorar su servicio y notar falencias
	13. El efecto de covid-19 lo obligó a despedir a sus empleados
	14. Las decisiones y respuestas impuestas por el gobierno lograron aportar mejoras a su Micronegocio
Consumidor	15. Ha sufrido una disminución de clientes durante la pandemia
	16. Actualmente, su Micronegocio mantiene la lealtad y confianza de los clientes antiguos
	17. Sus clientes se vieron perjudicados económicamente debido al cierre temporal por la pandemia, en la oferta de sus servicios
	18. Interactúa con los consumidores mediante tendencias actualizadas (tik tok, Telegram, Instagram y páginas web)
Calidad del servicio	19. Emplea estrategias para mejorar el servicio
	20. Recibe buenos comentarios respecto a la satisfacción del servicio
	21. Cuenta con CRM o base de datos de sus clientes para responder con mayor eficiencia ante eventualidades entorno a su servicio
	22. Su Micronegocio cuenta con servicio a domicilio

Elaboración propia

Las dimensiones planteadas en el cuadro 1; tres de ellas pertenecen a la variable independiente (micronegocios) las cuales son: microempresario, comportamiento financiero e impacto social. Por otro lado, dos de ellas pertenecen a la variable dependiente (sector servicios) y son: consumidor y calidad del servicio.

3. Resultados

3.1 Encuesta

El perfil de los microempresarios se manifiesta con; edades que oscilan entre 22 a 65 años, 51 de cada 100 encuestados son mujeres y 49 son hombres, el 56% cuenta con títulos de tercer nivel y mayoritariamente poseen un ingreso igual o menor que \$600.

Tabla 2. Información demográfica

	%
Edad	
22 a 30	49%
31 a 39	28%
40 a 50	15%
Más de 50	7%
género	
Masculino	51%
Femenino	49%
Nivel de educación	
Superior cuarto nivel	17%
Superior tercer nivel	56%
Bachiller	27%
Rango de ingresos	
Menor o igual a \$600	56%
De \$600 a \$1000	10%
De \$1001 a 1500	15%
Más de \$1500	19%

Elaboración propia

A continuación, se representan el análisis de los factores integrados a las cinco dimensiones con sus respectivos porcentajes de un total de 100 micronegocios que brindan servicio en la localidad guayaquileña.

Tabla 3. Porcentaje dimensional de encuestados

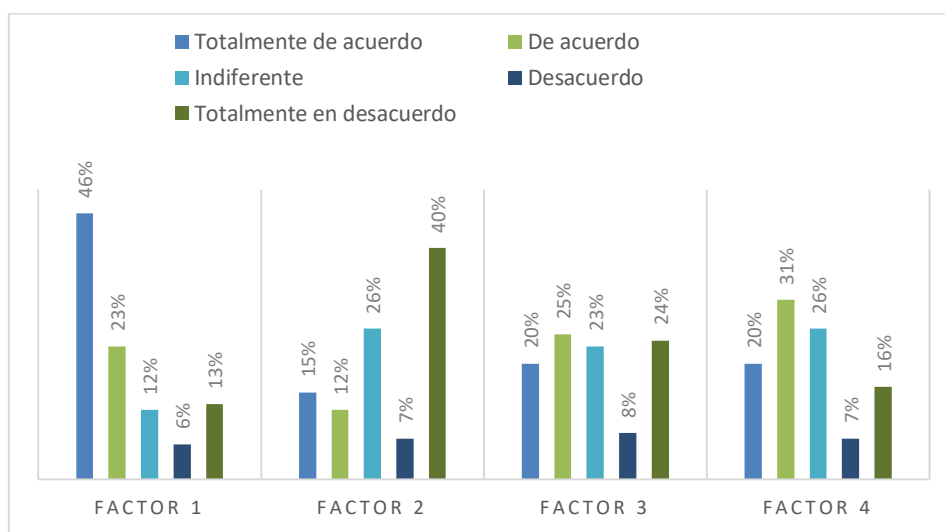
FACTORES		%				
		TA	DA	I	DS	TD
		5	4	3	2	1
D1	Factor 1	46	23	12	6	13
	Factor 2	15	12	26	7	40
	Factor 3	20	25	23	8	24
	Factor 4	20	31	26	7	16
D2	Factor 5	23	33	29	6	9
	Factor 6	18	26	26	14	16
	Factor 7	27	26	20	16	11
	Factor 8	28	22	21	19	10
	Factor 9	22	23	32	10	13
	Factor 10	13	7	22	16	42
D3	Factor 11	15	27	16	15	27
	Factor 12	24	37	24	7	8
	Factor 13	17	25	23	10	25
	Factor 14	6	19	34	19	22

D4	Factor 15	28	30	23	15	4
	Factor 16	36	36	17	6	5
	Factor 17	37	28	18	10	7
	Factor 18	30	18	25	13	14
D5	Factor 19	39	39	12	3	7
	Factor 20	42	43	7	3	5
	Factor 21	20	26	17	17	20
	Factor 22	31	28	19	8	14

Fuente: Encuesta a microempresas o micronegocios por Formulario de Google.
Elaboración propia

3.1.1 Dimensión: Microempresario

Gráfico 1. Factores de los microempresarios



Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

El gráfico 1 muestra el primer factor; el 46% de los microempresarios de Guayaquil poseen una preparación técnica o de tercer nivel que ayuda al servicio que ofrece, el 23% lo considera de acuerdo, el 12% expresa indiferencia al factor mencionado, y el 6% y 13% se entiende de que existe carencia de preparación profesional o que no influye en su servicio.

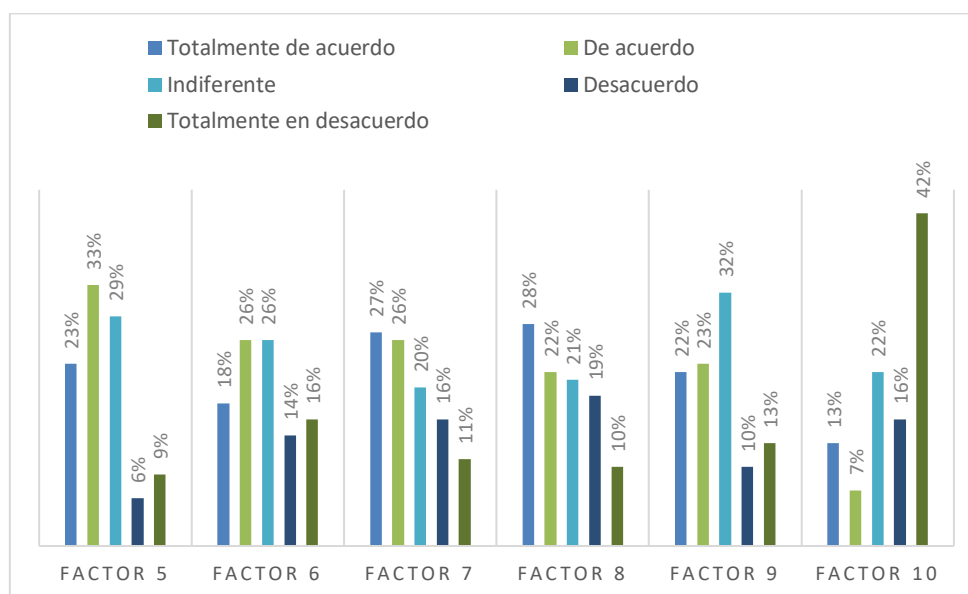
En el factor 2; un 40% y 7% no conoce de que se trata el SAS (las sociedades por acciones simplificadas), mientras que un 15% si se mantiene informado, así mismo con el 12% pero en menos proporción y el 26% lo considera irrelevante.

En el factor 3; el 20% de los microempresarios se vieron en la necesidad de cambiar su actividad comercial, siguiente, un 25% está de acuerdo, el 23% no se lo planteo, el 8% y 24% no realizaron un giro negocio.

En el factor 4; un 20% de los micronegocios afirman en su totalidad contar con información pertinente y herramientas estratégicas para la sostenibilidad del micronegocio. El 31% está de acuerdo, el 26% lo percibe indiferente y el 7% y 16% demuestran no poseer herramientas o conocimientos que aporten a la supervivencia y estabilidad de su micronegocio.

3.1.2 Dimensión: Comportamiento financiero

Gráfico 2. Factores del comportamiento financiero



Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

El gráfico 2 del factor 5 arroja resultados; el 23% está “totalmente de acuerdo” de que las ventas en el 2018 eran beneficiosas, el 33% está “de acuerdo” ante la afirmativa, el 29% contesta “indiferente” lo que se traduce de no haberlo previamente corroborado, el 6% y 9% responden “desacuerdo” y “totalmente en desacuerdo” es decir, sus ventas no poseen un margen de esa forma para ser catalogadas “buenas”.

En el factor 6; el 18% aseguran que sus ventas entre el período (2019-2020) aumentaron, y un 26% está “de acuerdo”, el mismo porcentaje (26%) responde con indiferencia, probablemente no lo compararon y un 14% y 16% formando un 30% del porcentaje global que niegan esa afirmativa.

En el factor 7; el 27% y 26% está “totalmente de acuerdo y de acuerdo” con el hecho de que los gastos superaron los ingresos en el 2019 – 2020, el 20% responde “indiferente” y el 16% y 11% están “en desacuerdo y totalmente en desacuerdo” sobre que los gastos sobrepasen a sus ingresos.

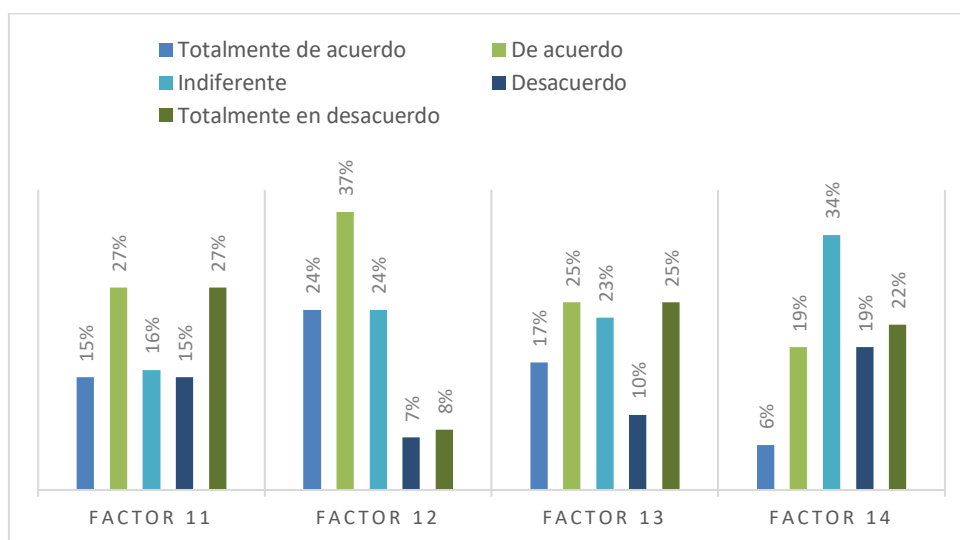
En el factor 8; el 28% y el 22% afirman que entre el periodo 2020 y 2021 sus gastos sobrepasaron sus ingresos, un 21% desconoce que así ocurriera, y el 19% y 10% niegan el hecho.

En el factor 9; el 22% contestan “totalmente de acuerdo” y un 23% lo reafirman en un 25% menos que sus ventas disminuyeron en el 2021. El 32% lo toman “indiferente”, el 10% y 13% se contraponen, puesto que significa que sus ventas no disminuyeron o se mantuvieron.

En el factor 10; solamente un 20% entre “totalmente de acuerdo y de acuerdo” de los micronegocios forman parte del SAS, a un extremo se reconoce el 42% y 16%, unificándolo en un 58% no entran en la norma de sociedades de acciones simplificadas, y en efecto, un 22% es “indiferente” en disyuntiva de no saber con exactitud a que se refiere o sencillamente solo le corresponde a nuevos emprendimientos que surgieron e incluso a los que afirmaron ser parte, o aquellos que cambiaron su giro de negocio.

3.1.3 Dimensión: Impacto social

Gráfico 3. Factores del Impacto social



Fuente: Encuesta a micronegocios por Formularios de Google.

En el gráfico 3, factor 11; el 15% y un 27% que lo sigue dan firmeza que liquidaron su micronegocio debido al confinamiento y restricciones enmarcadas por la emergencia sanitaria, el 16% se expresa indiferente, probablemente se deba a que ya contaban con servicios online o inmediatamente tuvieron que permitirse cambiar su negocio a otro que le provea dinero. El 15% y 27% están en “desacuerdo y totalmente en desacuerdo” en que se deba su cierre ante las medidas preventivas (covid-19).

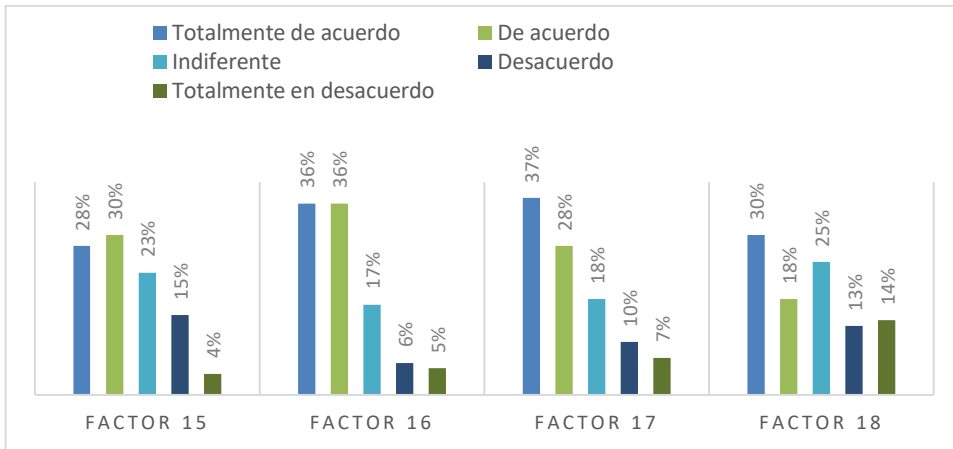
En el factor 12; el 24% afirma que la pandemia fue un impulso para mejorar su servicio y detectar falencias que estaban incurriendo en la calidad de su servicio, seguido de un 37% refuerzan el apoyo a este factor dimensional. El 24% es “indiferente”, el 7% y 8% están “desacuerdo y totalmente en desacuerdo”, que si llegamos a una respuesta más conjunta se expone que el 39% no noto falencias, ni toma la oportunidad de mejorar su servicio.

En el factor 13; el 17% seguido de un 25% están “totalmente de acuerdo y de acuerdo” de que tuvo que despedir a sus empleados por causa del virus diagnosticado, un 23% se expresa “indiferente” y un 10% y 25% niegan el despido.

En el factor 14; un 6% y un 19% en menos escala concuerdan con que las decisiones y respuestas impuestas por el gobierno lograron aportar mejoras a su micronegocio, el 34% no le pareció irrelevante lo asumido, y el 19% y 22% están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo” de que el estado y distritos ecuatorianos hayan reforzados su capacidad de respuesta o menguado el efecto del virus hacia este tipo de unidad económica.

3.1.4 Dimensión: Consumidor

Gráfico 4. Factores del consumidor



Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

En el gráfico 4 de la dimensión consumidor, en el factor 15; el 28% y el 30% han tenido una disminución de clientes durante la pandemia y en el otro extremo con una sumatoria de 19% en “desacuerdo y totalmente en desacuerdo” no han perdido clientes.

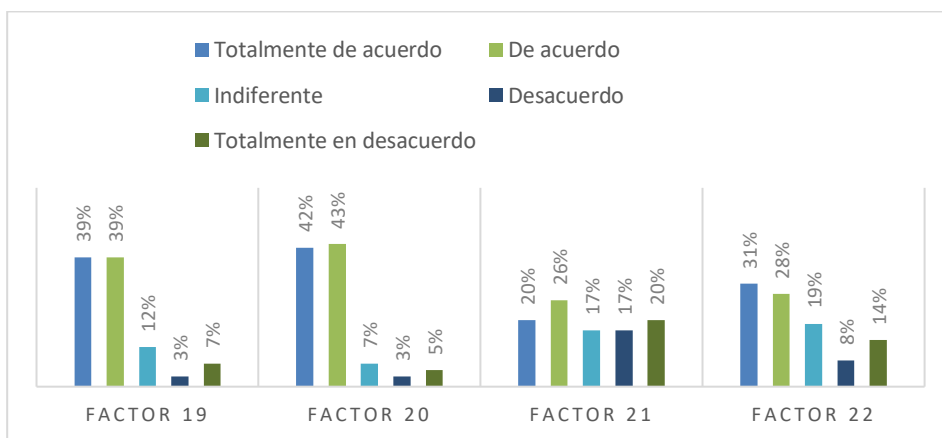
En el factor; el 36% de, los micronegocios mantienen la lealtad y confianzas de sus clientes antiguos y otro 36% lo reafirma en la escala de “de acuerdo”, un 17% no lo sabe, mientras que el 6% y 5% dicen no mantenerla.

En el factor 17; el 37% y seguidamente de un 36% confirman que los clientes se vieron perjudicados económicamente, y esto se debe aquellos que son leales a su servicio y realizan pagos adelantados, el 18% no tiene certeza y el 10% y 7% complementan que no fue de esa forma pese a la situación.

En el factor 18; el 30% interactúa con los consumidores a través de tendencias tecnológicas actualizadas, el 18% reasegura que efectivamente han adoptado la modalidad recientemente por la necesidad que amplía la manera de darse a conocer, el 25% no les presta atención o desconocen y el 13% y 14% no lo utiliza.

3.1.5 Dimensión: Calidad del servicio

Gráfico 5. Factores de la calidad del servicio



Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

El gráfico 5 de la dimensión calidad de servicio; tiene un 39% “totalmente de acuerdo”, en el factor 19, de que emplea estrategias para ofrecer un mejor servicio, el mismo porcentaje aumenta

ya que se duplica para afirmar la ejecución de estas. Un 10% de (4% y 6%) respectivamente no lo lleva a cabo y el 12% no le toma relevancia la adaptación de estrategias.

En el factor 20; el 42% y 43% recibe buenos comentarios respecto a la satisfacción del cliente, el 7% es indiferente, el 3% y 10% están “desacuerdo y totalmente en desacuerdo” respectivamente por lo probablemente hayan recibido críticas respecto al servicio ofrecido.

En el factor 21; el 20% y 26% “totalmente de acuerdo y de acuerdo” respectivamente, cuenta con CRM o base de datos de sus clientes para responder con mayor eficiencia el entorno de su servicio, un 17% es indiferente al uso, y una sumatoria de (desacuerdo y totalmente en desacuerdo se contraponen a no disponer software o base de datos.

El factor 22; el 31% seguido de un 28%, teniendo en conjunto una totalidad de 59% actualmente incorporaron servicio a domicilio, la contraparte expone un 19% mostrándose “indiferente” y 8% y 14% aún siguen desventajados por agregar este tipo de servicio.

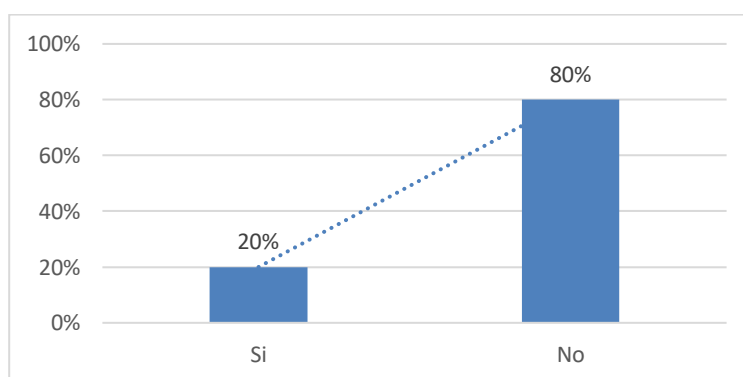
3.1.6 Información adicional de los micronegocios de servicios

Tabla 4. Pregunta 1

Opciones	Su micronegocio, inició su operatividad antes de la pandemia:	
	#	%
Si	20	20%
No	80	80%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

Gráfico 6. Pregunta 1



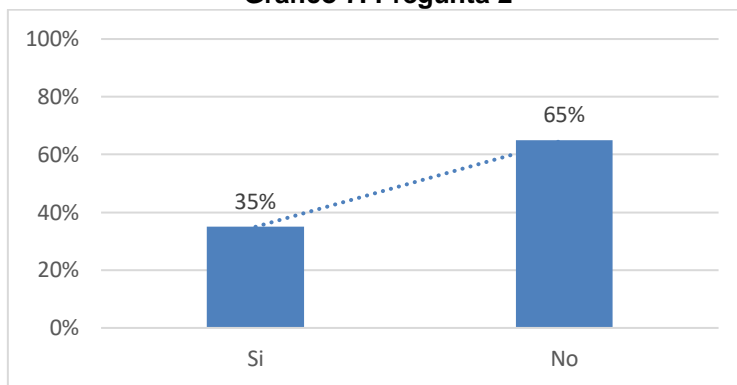
En el gráfico 6 se prueba que 80 (80%) de cada 100 micronegocios no iniciaron antes de la pandemia, en cambio 20 (20%) de cada 100 si iniciaron su operatividad antes de la pandemia, posiblemente ellos hayan abierto sus tomado la decisión de abrir su propio micronegocio antes de que se diera el informe general a nivel mundial de la presencia.

Tabla 5. Pregunta 2

Opciones	Su micronegocio, inició su operatividad durante de la pandemia:	
	#	%
Si	35	35%
No	65	65%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

Gráfico 7. Pregunta 2



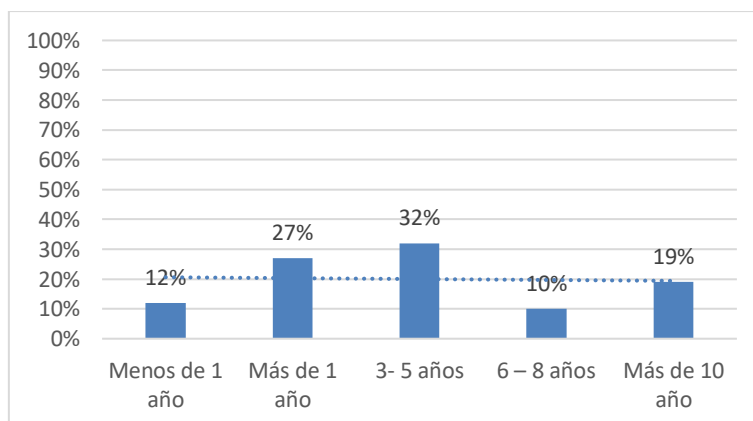
En el gráfico 7 se muestra que 35 (35%) de 100 micronegocios iniciaron sus operaciones en medio de la pandemia y el 65 (65%) de 100 contestaron que no.

Tabla 6. Pregunta 3

Opciones	Su micronegocio dedicado a brindar servicios lleva operando desde:	
	#	%
Menos de 1 año	12	12%
Más de 1 año	27	27%
3- 5 años	32	32%
6 – 8 años	10	10%
Más de 10 años	19	19%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

Gráfico 8. Pregunta 3



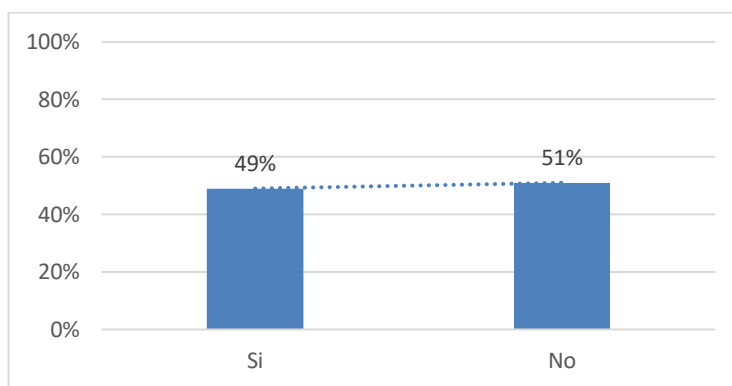
En el gráfico 8 de la pregunta 3; el 12% de los micronegocios llevan funcionando menos de 1 año, el 27% más de un año, el 32% lleva de 3 a 5 años, el 10% se ubica entre 6 y 8 años y el 19% lleva más de 10 años trabajando en su servicio.

Tabla 7. Pregunta 4

Opciones	Dispone de áreas tales como administrativas, contables, etc.	
	#	%
Si	49	49%
No	51	51%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

Gráfico 9. Pregunta 4



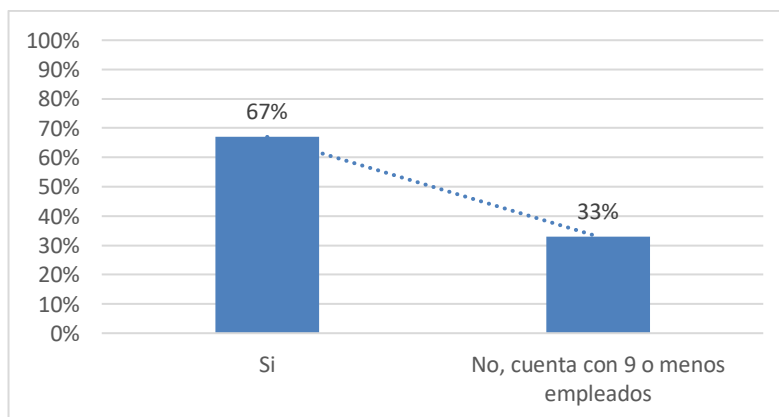
En el gráfico 9 de la pregunta 4; 49 (49%) de cada 100 micronegocios disponen de áreas administrativas, contables, entre otras. El 51% le sobrepasa anunciando no poseer dichas áreas.

Tabla 8. Pregunta 5

Opciones	Su micronegocio es unipersonal:	
	#	%
Si	67	67%
No, cuenta con 9 o menos empleados	33	33%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

Gráfico 10. Pregunta 5



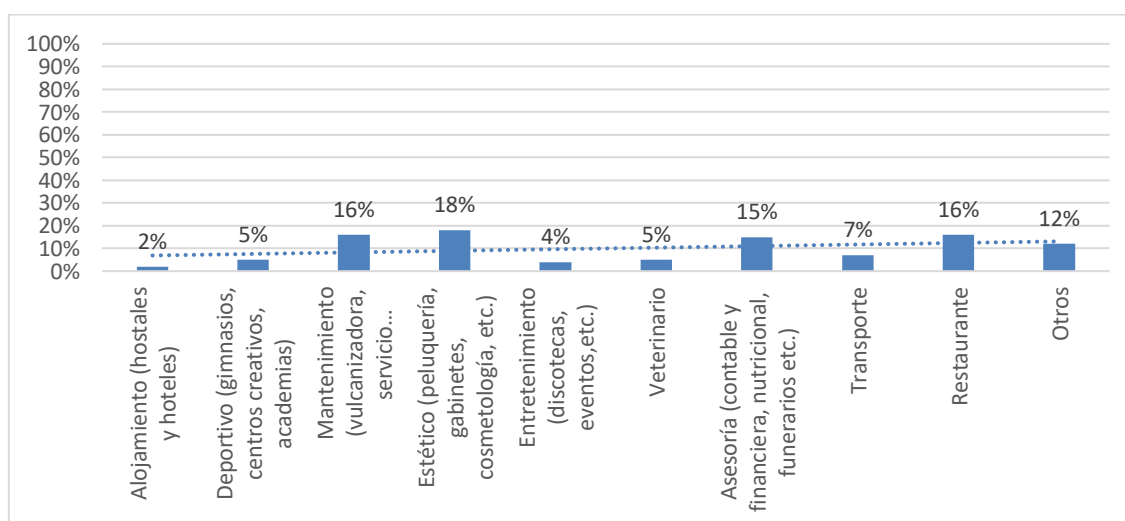
En el gráfico 10 de la pregunta 5; 67 (67%) de cada 100 micronegocios son unipersonales, mientras que 33 (33%) de cada 100 cuentan con menor o igual a 9 empleados.

Tabla 9. Pregunta 6

Opciones	Su servicio es de tipo:	
	#	%
Alojamiento (hostales y hoteles)	2	2%
Deportivo (gimnasios, centros creativos, academias)	5	5%
Mantenimiento (vulcanizadora, servicio automovilístico, cyber, confección, servicio técnico, etc.)	16	16%
Estético (peluquería, gabinetes, cosmetología, etc.)	18	18%
Entretenimiento (discotecas, eventos, etc.)	4	4%
Veterinario	5	5%
Asesoría (contable y financiera, nutricional, funerarios etc.)	15	15%
Transporte	7	7%
Restaurante	16	16%
Otros	12	12%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

Gráfico 11. Pregunta 6



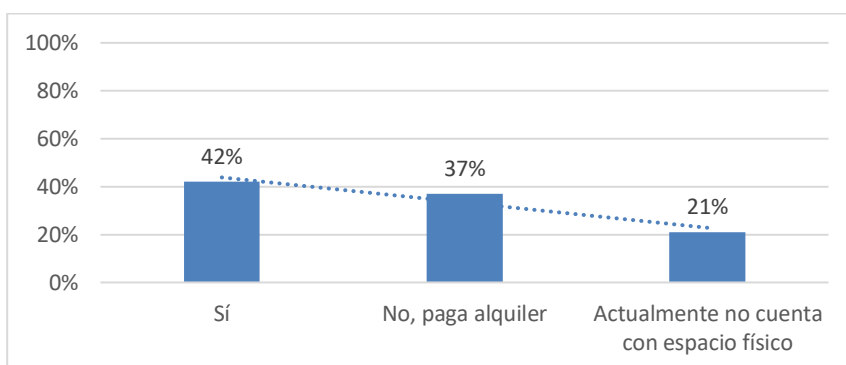
En el gráfico 11 de la pregunta 6; el 18% se dedican a servicios tipo estético tales como; peluquería, gabinete, Barber shop, cosmetología, etc.) con el 16% lo sigue el servicio de mantenimiento que abarca la parte de vulcanizadoras, servicio técnico, servicio automovilístico, confecciones, del mismo modo, están los restaurantes y con un 15% las asesorías. Entre porcentajes de 2% a 7% se encuentran los servicios de alojamiento, deportivo, entretenimiento, veterinario, transporte, y el 12% denominado como "otros" aparecieron servicios tales como; fotografía. Modista y abogacía, enfermería, tutorías académicas, seguridad electrónica y seguridad, ingeniería y proyectos, construcción, floristería y fotografía.

Tabla 10. Pregunta 7

Opciones	Es propietario del establecimiento donde ofrece sus servicios:	
	#	%
Sí	42	42%
No, paga alquiler	37	37%
Actualmente no cuenta con espacio físico	21	21%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

Gráfico 12. Pregunta 7



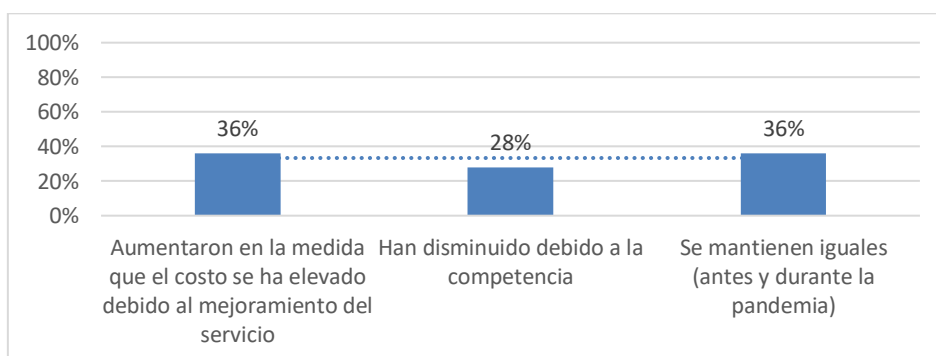
En el gráfico 12 de la pregunta 7; 42 de cada 100 microempresarios son propietarios del sitio donde oferta su servicio, el 37% paga alquiler y un 21% actualmente no cuenta con espacio físico.

Tabla 11. Pregunta 8

Opciones	Los precios de acuerdo con el servicio que ofrece:	
	#	%
Aumentaron en la medida que el costo se ha elevado debido al mejoramiento del servicio	36	36%
Han disminuido debido a la competencia	28	28%
Se mantienen iguales (antes y durante la pandemia)	36	36%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

Gráfico 13. Pregunta 8



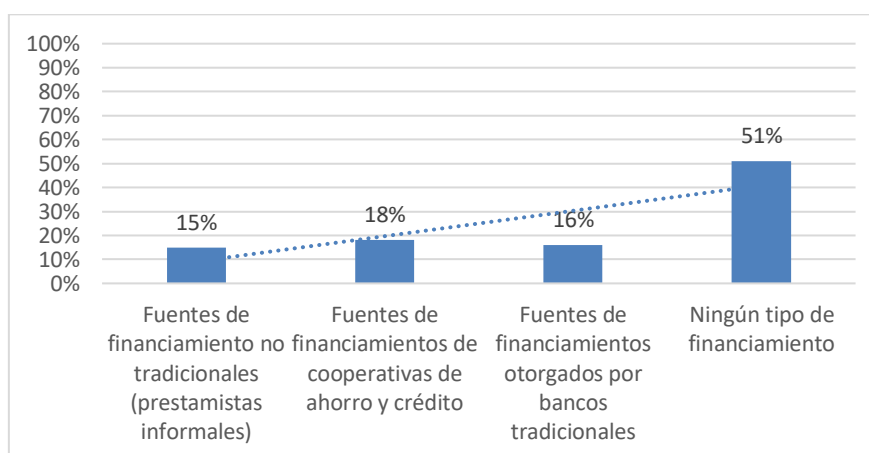
El gráfico 13 de la pregunta 8; 36 (36%) de cada 100 micronegocios aumentaron sus precios debido al crecimiento del costo con el fin del mejoramiento del servicio, 28 (28%) de ellos han disminuido por la competencia para poder sobrevivir y 36% mantienen iguales sus precios.

Tabla 12. Pregunta 9

Opciones	En los últimos 2 años ha acudido a financiamiento mediante:	
	#	%
Fuentes de financiamiento no tradicionales (prestamistas informales)	15	15%
Fuentes de financiamientos de cooperativas de ahorro y crédito	18	18%
Fuentes de financiamientos otorgados por bancos tradicionales	16	16%
Ningún tipo de financiamiento.	51	51%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

Gráfico 14. Pregunta 9



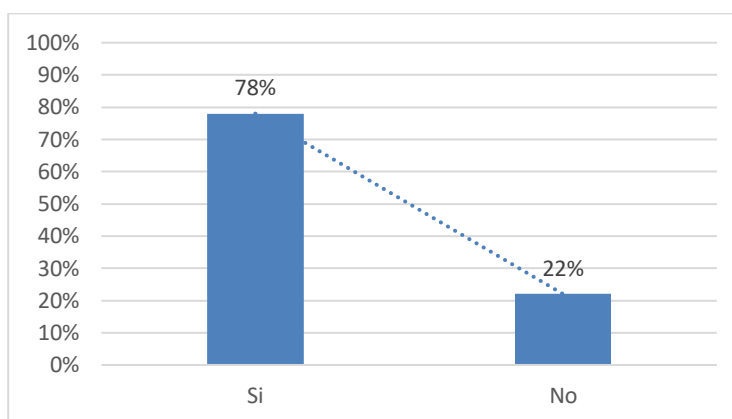
En el gráfico 14 de la pregunta 9; 51 (51%) de cada 100 microempresas no optaron por ningún tipo de financiamiento, llevándose un poco más de la mitad del peso porcentual, sin embargo, con un 15% realizaron su financiamiento a través de prestamistas informales, un 18% por cooperativas de ahorro y crédito y un 16% por bancos tradicionales.

Tabla 13. Pregunta 10

Opciones	Su RUC está actualizado	
	#	%
Si	78	78%
No	22	22%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a micronegocios por Formulario de Google.

Gráfico 15. Pregunta 10



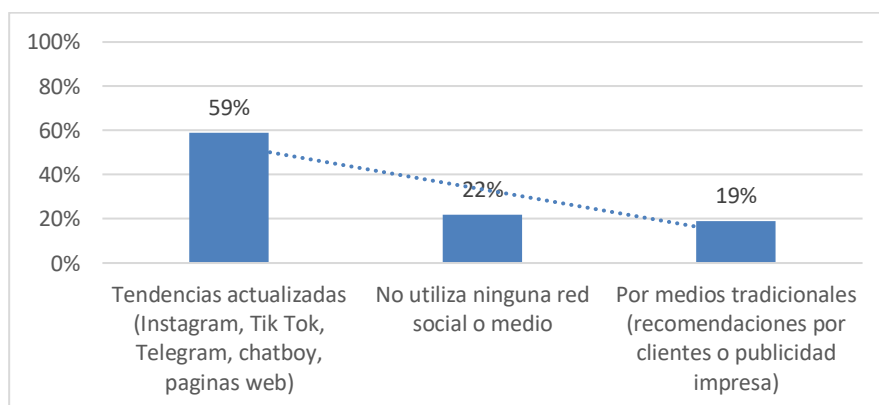
En el gráfico 15 de la pregunta 10; mayoritariamente el 78% tiene actualizado su RUC y el restante 22% no lo actualiza este año u otros anteriores.

Tabla 14. Pregunta 11

Opciones	Promociona sus servicios mediante:	
	#	%
Tendencias actualizadas (Instagram, Tik Tok, Telegram, chatboy, páginas web)	59	59%
No utiliza ninguna red social o medio	22	22%
Por medios tradicionales (recomendaciones por clientes o publicidad impresa)	19	19%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a micronegocios por Formularios de Google.

Gráfico 16. Pregunta 11



En el gráfico 16 de la pregunta 11; 59 (59%) de cada 100 micronegocios funcionan con tendencias sociales actualizadas, dando un aspecto positivo a este tipo de unidad económica, el 22% no utiliza ninguna red social y un 19% aún mantienen los medios tradicionales como recomendaciones por clientes o publicidad impresa.

3.2 Entrevista

Este apartado ostenta la examinación, perspectivas y criterios de cinco personas capacitadas profesionalmente que predominan el medio empresarial. Existen 3 dimensiones; ámbito empresarial entorno al covid-19, desarrollo e innovación y financiamiento.

Tabla 15. Entrevistados

Entrevistado	Preparación Profesional
1. Mtr. Xavier Mancero	Ingeniero comercial, Máster en cultura organizacional y consultor SAF
2. Ing. Wendy Campoverde	Ingeniera CPA
3. Mtr. Carlos Veliz	Máster en Business intelligence
4. Ing. Ingrid Baño	Ingeniera CPA
5. Econ. Tania Villacreses	Economista

Elaboración propia

Cuadro 2. Entrevista dimensión 1

Dimensión	Preguntas	Respuestas
Ámbito empresarial entorno a covid-19	1. ¿Entre los diferentes tamaños de empresa, cual considera la más perjudicada económicamente en esta pandemia?	R1: Las empresas de cualquier tamaño con mecanismos tradicionales y sin sistemas logísticos, reacios al cambio y también aquellos que iniciaron un mes o meses antes de la pandemia, puesto que perdieron el poco capital el cual comenzaron con ánimo de experimentar. R2: Las empresas más perjudicadas en la pandemia de acuerdo con su tamaño fueron las microempresas en ventas de productos suntuarios porque la economía afectó tanto el poder adquisitivo y capacidad de compras del mercado. R3: pequeña y mediana que tienen debilidades estrategias para establecerse en un comercio muy amplio. R4: Las pequeñas empresas. R5: Las de turismo y entretenimiento.
	2. ¿Cuál es su opinión respecto a que; los micronegocios o microempresas del sector servicios fueron quienes mayor vulnerabilidad económica padecieron en la pandemia?	R1: Efectivamente, en especial a las que no contaban con mecanismo de gestión, metodologías de cómo llegar al cliente sin exponerte a mucha presencialidad. R2: La incertidumbre financiera que vivimos, producto de la pandemia nos obligaron a mantener una cultura del gasto selectivo en compras de bienes y servicios necesarios solo para alimentación y medicina, relegando gastos innecesarios. R3: Totalmente de acuerdo, las empresas de servicios se basan en relaciones de confianza con el cliente, la pandemia redujo al mínimo el contacto y las relaciones interpersonales provocando el distanciamiento cliente-proveedor. R4: En esencia si, debido a la falta de clientes y la solvencia económica para mantener los gastos del mismo giro del negocio. R5: Al demandar acciones abordadas con exigencia por parte del estado como el confinamiento hizo que disminuyeran sus actividades de intercambio ya que los micronegocios que se basan en el comercio diario, dado que sus ingresos y gastos rotan día a día y eso los estancó.

	<p>3. ¿Qué servicios de micronegocios fueron afectados en esta pandemia?</p>	<p>R1: Todos los que siguen siendo lineales en como ofrecen sus servicios, los que aún no comprenden que para vender no se necesita ser burocráticos. Los de servicios, en particular, son los que se tuvieron que exponer ante la novedad de una red social, el trabajo remoto e indagar en estrategias para promocionarse porque si no se relegaban. Cabe recordar que el principio de la empresa comercial es de empresa familiar y es otra causa de no controlar y producir en un sentido común de los servicios o productos microempresariales. R2: Los servicios de hospedaje y de telefonías celulares, entre otros que brindan servicio y producto al mismo tiempo. R3: Servicios de hospedaje y turismo R4: Educativos, limpieza, entre otros. R5: La gran mayoría excepto los que directamente tienen que ver con medicina o salud.</p>
	<p>4. ¿Qué servicios de micronegocios fueron beneficiados en esta pandemia?</p>	<p>R1: Los que se acoplaron a la idea de que hoy en día la forma de trabajo es distinta, y ya no funcionan bajo el paradigma antiguo y valoran a los pocos o muchos miembros del negocio. Se atrevieron abrir la mente sobre que no se trata solamente de un trabajo que conseguir si no la ideología de que yo puedo brindar u ofertar actualmente. Ejemplo; delivery y servicio online. R2: Principalmente el sector de la salud (clínicas, hospitales privados, distribuidoras farmacéuticas, farmacias de comunidad). También; mercados y supermercados, despensas y comerciantes de productos de primera necesidad. R3: Servicios de delivery y alimentación. R4: Salud y servicios financieros R5: Principalmente los fabricantes y vendedores de medicina, puesto que el auge era la necesidad de productos farmacéuticos, basándonos en el servicio a domicilio que proporcionaban, también, los operadores que proveen servicios de Internet.</p>

Fuente: Expertos
Elaboración propia

Cuadro 3. Entrevista dimensión 2

Dimensión	Preguntas	Respuestas
Desarrollo e innovación	<p>5. ¿Cuáles han sido las acciones o respuestas favorables que han permitido destacar a los micronegocios del sector servicios?</p>	<p>R1: La flexibilidad, adaptabilidad, renunciar aquello que es obsoleto y saben solar a aquellos negocios que ya no funcionan. R2: Como ejemplo; tenemos a gimnasios que emprendieron enfoques para reactivar por medio del ejercicio, mejorando la salud de las personas. Otro; los emprendedores de servicios de comida vegetariana enfocada a alternativas más saludables en alimentación. Lo más importante fue promocionar paquetes más económicos para atraer mayores números de clientes. R3: Facilidades de acceso al servicio a través de APP'S móviles y redes sociales, así como la incorporación de métodos de pagos online. R4: En su mayoría, aquellos que otorgaron facilidad, mejor servicio, e incluso disminuyeron los precios para poder mantenerse, seguir compitiendo y generando ingresos. R5: Haber podido adaptarse a la modalidad teletrabajo e incorporar el servicio de entrega a domicilio.</p>

<p>6. ¿Qué efectos generó las restricciones y confinamiento (covid-19) en los micronegocios de servicios?</p>	<p>R1: El primer efecto fue emocional y es el pánico, el miedo de contagiarse, pero al mismo tiempo el miedo de quedarse sin trabajo, por ejemplo, los consultores les fue difícil conseguir trabajo, otros efectos fueron sus ingresos mermados y familias con una economía baja.</p> <p>R2: Incertidumbre económica. No saber cuándo poder abrir sus negocios por cuanto tiempo. En algunos casos los pagos de alquiler y pago de sueldo a empleados.</p> <p>R3: Dependiendo del giro del negocio, conozco algunos que no soportaron la falta de circulación de personas y cerraron, también por decretos del gobierno, por ejemplo, los salones de eventos, clubes o locales de fiestas y guarderías para infantes.</p> <p>R4: Disminución en forma general de los clientes, haciendo que los micronegocios buscaran otras alternativas y facilidades para brindar un buen servicio.</p> <p>R5: Baja venta de sus productos o servicios y los que se manejan con gastos muy fuertes; quebraron y cerraron sus puertas.</p>
<p>7. ¿Cuáles son los problemas más comunes que posee este tipo de unidad económica en cuanto a su innovación?</p>	<p>R1: Problemas al momento de no saber manejar el cambio, los que aún no cuentan con una estructura organizacional, se encuentran sin visión y liderazgo, puesto que eso no logra atenuar lo que la pandemia produjo, y especialmente los que no brindan soluciones a problemas.</p> <p>R2: En materia comercial; Los altos costos de servicios debido a impuestos, materias primas, costos de productos importados y fabricación nacional. Además de la competencia desleal e informal</p> <p>R3: No todos los negocios pueden transformarse en servicios digitales o utilizar servicios digitales o telemáticos y la mayoría de los caminos apuntan al desarrollo de esas aristas.</p> <p>R4: El problema más común es la actualización e innovación de los servicios.</p> <p>R5: Se pueden implementar medidas, pero la población de este tamaño de empresa en general tiene restringidos sus ingresos.</p>
<p>8. ¿Actualmente, si un persona o microempresario desea emprender un nuevo tipo de servicio, que debe tomar en cuenta para mantener la sostenibilidad y rentabilidad o reactivar su actividad comercial?</p>	<p>R1: Dado que el servicio es un conocimiento, no necesitas tanta infraestructura o activo fijo debido a lo intangible, y siempre invertir estrictamente en lo necesario, no excesos. Llegar al mercado comercial de tu audiencia y hacer ejercicios de discernimiento de últimas tendencias adoptadas.</p> <p>R2: Comenzando por un estudio de mercado, enfoque con visión competitiva dirigido a los consumidores para poseer los productos con apertura desde el inicio.</p> <p>R3: Determinar de forma adecuada el segmento de mercado objetivo, un plan de negocio sólido, fuentes de financiamiento adecuadas y plan de difusión y marketing.</p> <p>R4: Debe ser innovador y a la vez económico, que capte el interés de los clientes en general. Siempre manteniendo un personal gentil y eficaz.</p> <p>R5: Que sea un producto o servicio que la gente ande buscando y no se encuentre en el mercado de la misma forma que lo requieren, a partir de allí puede convertirse en una oferta innovadora o incluso de primera necesidad.</p>

Fuente: Expertos
Elaboración propia

Cuadro 4. Entrevista dimensión 3

Dimensión	Preguntas	Respuestas
Financiamiento	9. ¿Cómo percibe el hecho de que un nuevo Micronegocio forme parte del SAS(sociedades de acciones simplificadas)? ¿Cuáles son sus aspectos positivos y negativos?	<p>R1: No hay aspectos negativos desde mi percepción, los tramites son menos burócratas y no necesitas tanto capital, además que todos los beneficios; versatilidad, rapidez y facilidad. Sencillamente el régimen SAS es positivo.</p> <p>R2: Depende de que es lo que desee el microempresario, su disposición y recursos, su enfoque y como desea empezar. Se debe analizar.</p> <p>R3: Tiene muchos aspectos positivos, en especial, los que vienen como consecuencia de la formalización de negocios, lo que permitirá a las empresas poder acceder a financiamiento, así como también mostrar solidez y robustez en el ofrecimiento de sus productos y servicios.</p> <p>R4: Es una buena opción sin tanto burocracia y obtener un rango más significativo de ingresos en la empresa</p> <p>R5: Es positivo, y a ello, agregarle asesoramiento y el respaldo para créditos.</p>
	10. ¿Cómo considera el financiamiento que le otorgan los bancos y/o cooperativas de ahorro y créditos del estado ecuatoriano en referente a los micronegocios ante esta pandemia? Contraste un ejemplo de otro país (opcional).	<p>R1: En palabras sencillas; muy malo. Primero porque te piden es garantía, y los que recién inician no las tienen dado que todavía no cuentan ni con experiencia, exigen a tasas de interés altas, en fin, hay mucha carestía en el apoyo de la microempresa, y el monto crediticio es muy bajo. No hay apoyo financiero para un proyecto.</p> <p>R2: Es casi nula o poca la apertura para los microempresarios en el sistema financiero del país. Si generan créditos, los intereses son muy altos en perjuicio para poder obtener ganancias que permitan mantener una economía sana para este tipo de unidad comercial.</p> <p>R3: En pocas palabras se debe reformular las bases de capacidad crediticia porque no hay un apoyo total para los emprendimientos, micronegocios y pequeñas empresas.</p> <p>R4: Proporcionalmente inaccesible, se debería inyectar estabilidad económica con bajo interés para así impulsar la economía de las más afectados.</p> <p>R5: BanEcuador y Banco Guayaquil son los únicos que están otorgando esos créditos con facilidad, pero hasta el monto de \$3.000 de ahí montos mayores no hay, por lo que hay dificultad en se aspecto. En requisitos en otros países no sé cómo lo manejan en su totalidad, pero en algunos existen seguros de trabajo y en otros se demora mucho más el acceso crediticio.</p>

Fuente: Expertos
Elaboración propia

4. Conclusiones

La propuesta de las dimensiones adaptadas a los factores causantes conduce a la identificación de cuales fueron los más influyentes en medio de la incertidumbre sanitaria, permitiendo el alcance del objetivo general, ya que la ejecución cumplió primero con identificar los diferentes tipos de micronegocios mediante las preguntas sustanciales y adicionales que se desarrollaron dirigidos al gremio escogido en esta investigación y se comprobó la existencia de nuevos servicios. Luego, se logra el segundo objetivo que se trata de diagnosticar la situación económica, a través de las dimensiones enunciadas tales como: el comportamiento financiero, la postura actual del microempresario, el impacto social, los consumidores y la calidad del servicio que infirió en la entrega de los resultados cuantitativos ya previstos en el apartado anterior. El objetivo específico final se obtiene de la relación de correspondencia o choques entre la variable independiente y dependiente, por lo que se concluye; los factores de la primera dimensión catalogada como: microempresario, influyen en la calidad de servicio ya que 69 de

cada 100 microempresarios poseen preparación de tercer nivel o técnica lo que promueve bases, métodos y herramientas de conocimiento para el mejoramiento del servicio ofertado, además que un 45% testificó dar un giro de negocio, lo cual significa el derrumbe de negocios endebles y el surgimiento de nuevas ideas de comercio.

Por otro lado, el comportamiento financiero de la dimensión (variable independiente) afecta directamente a todos los factores de la variable dependiente debido a que si no hay sostenibilidad económica y estable, la respuesta será pérdida de clientes por diferentes desacuerdos y por ende se excluirá una percepción buena de la calidad del servicio, causa de la falta de ingresos dado que no hay valores monetarios para apostar o invertir, lo dicho, se afianza con lo respondido por los micronegocios que aseveran el 56% de ellos que en el 2018 sus ventas se consideraban "buenas o beneficiosas", empero, la sumatoria de los resultados con puntuación entre 5 y 1 en escala de Likert afirman que sus gastos superaron sus ingresos en el periodo 2020-2021, por lo que sus ventas disminuyeron en el año de estudio.

El impacto social es otro de las dimensiones que tienen factores que inciden en la calidad de servicio y por consiguiente en los consumidores, ya que un 42% cerraron su antiguo micronegocio por lo que un 65% de los consumidores se vieron perjudicados económicamente a causa de las restricciones y confinamientos en la pandemia. Empero, el resto pudo mejorar su servicio y detectar que negatividad ocurren en la forma que oferta el servicio, consiguiente, con un mismo porcentaje al igual que un factor del impacto social; el 42% de micronegocios despidieron a sus empleados.

En cuanto a otros datos relevantes de este tipo de unidades se debe a que en Guayaquil se concentran servicios como estética (peluquería, maquillaje, gabinetes, Barber shop, cosmetología y le siguen los de mantenimiento (servicio técnico, servicio automovilístico, confecciones, cyber), también están las asesorías, además se demuestran otro tipo de servicios tales como la seguridad cibernética o virtual, la seguridad local, tutorías académicas, ingeniería en proyectos, entre otros.

El 49% dispone de secciones administrativas o de otra índole, y aunque existe un porcentaje mayor que asume tener propiedad legal del establecimiento donde ofertan su servicio, hay un porcentaje intermedio que alquila y un 21% actualmente no tiene un espacio físico.

Los expertos declaran que existe poco o casi nulo apoyo financiero y la mala gestión del otorgamiento de créditos hacia el grupo selecto, concuerda con el hecho de que el 51% de los micronegocios no tengan ningún tipo de financiamiento y otro porcentaje se lo lleve la participación de prestamistas informales y cooperativas de ahorro y crédito, sin embargo, el monto crediticio no sirve para la cabalidad de un pequeño proyecto llevado a cabo por sus dueños u otros agentes. Referente al SAS (sociedades de acciones simplificadas) exponen que poseen rotundamente aspectos positivos y menos burocráticos. No obstante, no se provee de buena manera la información de este régimen ya que los resultados confirman que 42 de cada 100 microempresas no forman parte del SAS y coincide con un 40% en desacuerdo de que no conocen y otro porcentaje de indiferencia ante este beneficio colectivo.

Por último, hay que acentuar la evolución de los micronegocios durante la pandemia por motivo de que un 59% de ellos utilizan tendencias actualizadas y ese mismo porcentaje se afirma en otro factor denominado; integración de servicio a domicilio, por tanto, los dueños de los micronegocios deben optar por un sentido de visión, liderazgo y adaptabilidad antes los cambios, repuntar a un horizonte transformador, sin embargo, es importante recalcar también que no acaece una solución completa por parte del estado ecuatoriano en cuanto a apoyo financiero y formación crediticia. Básicamente, las decisiones que tomen los representantes de cada país significarán un apoyo a las MYPIMES para así guiar, encontrar y desarrollar alternativas innovadoras que ayuden a los procesos, productos, servicio y/o modelos de negocios que se adecuen a la realidad que cohabita en la actualidad.

Referencias bibliográficas

- Aburumman, A. (2020). COVID-19 impact and survival strategy in business tourism market: the example of the UAE MICE industry. *Humanities and Social Sciences Communications*, 1-11. Obtenido de <https://www.nature.com/articles/s41599-020-00630-8>
- Álvarez, Moran y Baque. (2020). Impacto de la covid-19 en el desarrollo económico de los microempresarios de la ciudad de Jipijapa. *Revista 3Ciencias*, <https://www.3ciencias.com/articulos/articulo/impacto-covid-19-desarrollo-economico-micro-empresarios-jipijapa/>.
- Andrade, Pisco, Quinde y Coronel. (2021). Guayaquil y su proceso de reactivación económica. *Revista Industrias*. Obtenido de <https://revistaindustrias.com/guayaquil-y-su-proceso-de-reactivacion-economica/>
- Banco Mundial. (2022). *Perspectivas Económicas Mundiales*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/publication/global-economic-prospects#a>
- BCE. (2021). LA PANDEMIA INCIDIO EN EL CRECIMIENTO 2020. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8>
- Bejarano, Hancevic y Núñez. (2021). Impacto económico del COVID-19 en negocios pequeños y medianos bajo restricciones voluntarias e impuestas. *Revista SCIELO*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-66222021000200023
- Campuzano, Anchundia y Baque. (2021). Microempresa: Iniciativa de nuevos productos Post-Covid 19. *Dialnet*. Obtenido de Revista Polo del conocimiento: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7927018>
- CEPAL. (2020). Impactos de la pandemia en los sectores productivos más afectados abarcarán a un tercio del empleo y un cuarto del PIB de la región. *Revista CEPAL*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/impactos-la-pandemia-sectores-productivos-mas-afectados-abarcaran-un-tercio-empleo-un>
- CEPAL. (2020). Mipymes y el COVID-19. *Revista CEPAL*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/euromipyme/mipymes-covid-19>
- CEPAL. (2 de JULIO de 2020). Sectores y empresas frente al covid-19 emergencia y reactivacion. *Revista CEPAL*. Obtenido de Informe especial COVID-19: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45734-sectores-empresas-frente-al-covid-19-emergencia-reactivacion>
- Constitucion del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Constitucion de la republica del Ecuador* . Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- EKOS. (2020). Empresas cerraron en el país durante la pandemia. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/3-494-empresas-cerraron-en-el-pais-durante-la-pandemia>
- Expansión. (2021). Cuáles son los sectores más y menos afectados laboralmente por la crisis del coronavirus. Madrid: 2021. Obtenido de <https://www.expansion.com/economia/2020/05/08/5eb47395e5fdead6458b45d1.html>
- Fajardo , M. Fernández, C. Vásquez, D. Toscano, L. Fajardo. (2016). La Asociatividad Micro empresarial, como mecanismo productivo sostenible: Caso Cantón Milagro – Ecuador. *Scielo*. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1316-48212016000100001&script=sci_abstract
- FMI. (2021). *Informes de perspectivas de la economía mundial* . Obtenido de <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2021/01/26/2021-world-economic-outlook-update>
- Franco, A. (2020). *Impacto economico en las empresas y empleo por el covid-19*. Obtenido de Investigacion multidisciplinar SIGTI: <https://www.epn.edu.ec/wp-content/uploads/2020/05/Resultados-Empresas-Covid-EPN-1.pdf>
- González, Clemente del Río Gómez, José Domínguez. (s.f.). Los servicios: concepto, clasificación y problemas de medición. *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1317365>
- Grater, Parry y Viviers. (2019). *Las MIPYME y el comercio de servicios*:. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/10_opinionpiece_by_grater_parry_viviers_s.pdf
- INTRACEN. (22 de Junio de 2020). *Evaluación del impacto de la COVID-19 en las mipymes y preparación de la nueva normalidad*. Obtenido de [Intracen.org](https://www.intracen.org/):

- <https://www.intracen.org/noticias/Evaluacion-del-impacto-de-la-COVID-19-en-las-mipymes-y-preparacion-de-la-nueva-normalidad/>
- Molina-Villacís, C. J., Macías Chuto, E. M., & Rivera Barberán, G. R. (2021). La factibilidad de los microcréditos en época de pandemia por Covid19 en la zona noroeste de Guayaquil, Ecuador. *Revista Publicando*. Obtenido de <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2214>
- Muñoz Aparicio, C. G., Pérez Sánchez, B., & Navarrete Torres, M. del C. (30 de Julio de 2020). Empresas ante el covid-19. *Revista de Investigación en Gestión Industrial, Ambiental, Seguridad Y Salud En El Trabajo –GISST*. doi:<https://doi.org/10.34893/gisst.v2i2.83>
- OCDE. (2020). *Impacto macroeconómico respuestas y desafíos covid-19*. Obtenido de <https://www.oecd.org/dev/Impacto-macro-económico-COVID-19-Ecuador.pdf>
- Păunescu, C., & Mátyus, E. (2020). Resilience measures to dealing with the COVID-19 pandemic Evidence from Romanian micro and small enterprises. *Revista DOAJ*, 439-457. Obtenido de <https://doaj.org/article/9cd84938e78c474586aa57bb4c7102d9>
- Portafolio. (2021). *Ventas de micronegocios subieron 57,5 % en el segundo trimestre*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/micronegocios-actividad-de-este-tipo-de-empresas-en-el-segundo-trimestre-del-2021-555718>
- Primicias. (2022). La economía ecuatoriana creció 5,6% en el tercer trimestre de 2021. *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/pib-ecuador-crecimiento-tercer-trimestre/>
- Reserve, I. (2021). *Fundamentos de la microempresa*. Obtenido de <https://www.latterdaysaintjobs.org/ers/ct/articles/microenterprise-basics?lang=spa>
- Segura-Mojica, F.J. (Septiembre de 2021). Crowdfunding para el rescate de microempresas. Factores y percepciones de inversionistas potenciales en México. *Revista SCIELO*. Obtenido de Biblioteca virtual Space: http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000100071
- Suarez, M. (2020). Impactos económicos y laborales generados por la pandemia del covid-19. *Scielo*.
- Sumba, Rodriguez, Saltos & Tumbaco. (Octubre de 2020). Desempleo en el Ecuador: causas y consecuencias. Obtenido de Polo del conocimiento: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7659441>
- SUPERCIAS. (2020). SAS. Obtenido de CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS: <https://portal.supercias.gob.ec/images/SAS.pdf>
- SUPERCIAS. (2021). *Ranking Cías*. Obtenido de <https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/>
- Tiempo, E. e. (2021). *Panorama de los micronegocios en Colombia*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/panorama-de-los-micronegocios-en-colombia-557812>
- Tisdell. (2017). Information technology's impacts on productivity and welfare. *International Journal of Social Economics*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/314244602_Information_technology's_impact_s_on_productivity_and_welfare_a_review
- Tisdell. (2020). Economic, social and political issues raised by the COVID-19 pandemic. *Sciencedirect*, 17-28. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0313592620304082>
- Vásquez, Useche, Salazar, Ordóñez. (2021). Fórmula estratégica empresarial para pymes en Ecuador ante la COVID-19. *Revista Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-46392021000100167&script=sci_abstract&tlng=es
- Zambrano, Sánchez, Correa. (2021). *Análisis de rentabilidad, endeudamiento y liquidez*. Obtenido de Revista Retos: [file:///C:/Users/Roque/Downloads/5138-Texto%20del%20art%C3%ADculo%20\(anonimizado\)%20\(obligatorio\)-36232-1-10-20210923%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Roque/Downloads/5138-Texto%20del%20art%C3%ADculo%20(anonimizado)%20(obligatorio)-36232-1-10-20210923%20(2).pdf)