



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

“Estrategias para promover la participación de microempresarios y emprendedores en ferias de Guayaquil, año 2023”

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

**AUTORAS:** Diana Cristina Orellana Vélez - Viviana Natalie Rosado Cañola

**TUTOR:** Ing. Jaime Enrique Zapata Martínez MBA.

**Guayaquil – Ecuador**

**2023**

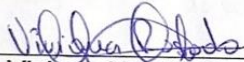
## CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotras, Viviana Natalie Rosado Cañola con documento de identificación N° 0951053537 y Diana Cristina Orellana Vélez con documento de identificación N° 0931402903; manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos 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, 29 de septiembre del año 2023

Atentamente,



Viviana Natalie Rosado Cañola  
0951053537



Diana Cristina Orellana Vélez  
0931402903

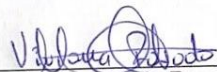
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN  
A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Nosotros, Viviana Natalie Rosado Cañola con documento de identificación No. 0951053537 y Diana Cristina Orellana Vélez con documento de identificación No. 0931402903, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del Artículo Académico: **“Estrategias para promover la participación de microempresarios y emprendedores en ferias de Guayaquil, año 2023”**, 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, suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 29 de septiembre del año 2023

Atentamente,



Viviana Natalie Rosado Cañola  
0951053537



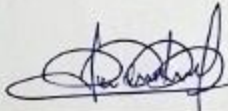
Diana Cristina Orellana Vélez  
0931402903

## CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, **Ing. Jaime Zapata Martínez. MBA** con documento de identificación N° 0916836620, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: **"Estrategias para promover la participación de microempresarios y emprendedores en ferias de Guayaquil, año 2023"**, realizado por Viviana Natalie Rosado Cañola con documento de identificación N° 0951053537 y por Diana Cristina Orellana Vélez con documento de identificación N° 0931402903, 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, 29 de septiembre del año 2023

Atentamente,



---

Ing. Jaime Zapata Martínez. MBA  
0916836620

# “Estrategias para promover la participación de microempresarios y emprendedores en ferias de Guayaquil, año 2023”

---

## “Strategies to promote the participation of microentrepreneurs and entrepreneurs in fairs in Guayaquil, year 2023”

*Diana Cristina Orellana Vélez, es estudiante de la Universidad Politécnica Salesiana, (Ecuador)*

*Viviana Natalie Rosado Cañola, es estudiante de la Universidad Politécnica Salesiana, (Ecuador)*

*Jaime Enrique Zapata Martínez, es docente de la Universidad Politécnica Salesiana, (Ecuador)*

### Resumen

---

El objetivo de la investigación es determinar estrategias para promover la participación de microempresarios y emprendedores en ferias de Guayaquil, año 2023. El valor de esta investigación radica en abordar la realidad que afecta a los microempresarios y emprendedores referente a su participación en ferias, buscando generar estrategias efectivas que impulsen su participación en estos eventos. Se utilizó una metodología mixta de carácter exploratorio con un método descriptivo fundamentado en la revisión exhaustiva de literatura académica relacionada al tema y el análisis de información sobre diversas estrategias utilizadas y recopiladas mediante entrevistas profundas a expertos en ferias y encuestas a emprendedores y microempresarios con la finalidad de conocer su percepción. Los resultados muestran que los microempresarios y emprendedores encuentran motivación en las diferentes capacitaciones o formaciones y valoran la motivación para participar en una feria comercial; tienen ciertos desafíos como la competencia, costos, falta de experiencia, limitaciones de tiempo y acceso de financiamiento. En conclusión, la participación de emprendedores y microempresarios en ferias comerciales es crucial para estimular la innovación y el crecimiento económico; a través de la implementación de estrategias como capacitaciones, asesorías gratuitas, descuentos por participación, promoción efectiva, alianzas estratégicas con los actores del entorno que trabajen con emprendedores y microempresarios; además, la creación de un directorio de ferias comerciales, implementación de tecnología digital, hará posible superar los desafíos que enfrentan los grupos mencionados, y promover su participación activa en estos eventos. En ese mismo sentido, la adopción de estas estrategias, por parte de los organizadores de ferias, contribuirá a la creación de un entorno propicio para el desarrollo y éxito de los emprendedores, impulsando así la economía y fomentando la innovación.

### Palabras clave

---

Ferias, Estrategias, Emprendedores, Microempresarios, Análisis de mercado, Expectativas Adaptativas, Gestión

### Abstract

---

The objective of the research is to determine strategies to promote the participation of microentrepreneurs and entrepreneurs in fairs in Guayaquil, year 2023. The value of this research lies in addressing the reality that affects microentrepreneurs and entrepreneurs regarding their participation in fairs, seeking to generate effective strategies that boost your participation in these events. A mixed methodology of an exploratory nature was used with a descriptive method based on the exhaustive review of academic literature related to the topic and the analysis of information on various strategies used and compiled through in-depth interviews with experts at fairs and surveys of entrepreneurs and microentrepreneurs with the purpose of knowing their perception.

The results show that microentrepreneurs and entrepreneurs find motivation in the different training courses and value the motivation to participate in a trade fair; In addition, they have certain challenges such as competition, costs, lack of experience, time limitations and access to financing. In conclusion, the participation of entrepreneurs and microentrepreneurs in trade fairs is crucial to stimulate innovation and economic growth; and through the implementation of strategies such as training, free advice, discounts for participation, effective promotion, strategic alliances with actors in the environment that work with entrepreneurs and microentrepreneurs; In addition, the creation of a directory of trade fairs, implementation of digital technology, will make it possible to overcome the challenges faced by entrepreneurs and microentrepreneurs, and promote their active participation in these events. In that same sense, the adoption of these strategies by fair organizers will contribute to the creation of an environment conducive to the development and success of entrepreneurs, thus boosting the economy and promoting innovation.

### **Keywords**

Fairs, Strategies, Entrepreneurs, Microentrepreneurs, Market Analysis, Adaptive Expectations, Management

## **1. Introducción**

En el mundo existen diferentes ferias locales, nacionales e internacionales que evidencia la presencia masiva de emprendedores que ubican su producto a través de stand, donde se proporciona información que involucra información participativa a la empresa privada, al gobierno local y a los microempresarios para la reactivación económica y mejoras en el nivel de vida de los ciudadanos.

Los negocios se desarrollan para satisfacer las necesidades de la población, por lo tanto, los emprendedores, aumentan la productividad y crean mayor cantidad de puestos de trabajo mediante el desarrollo de nuevos negocios. Desde este aspecto, se genera más empleo que favorece al incremento del valor agregado de la economía. Los emprendimientos dependen de la creatividad de los individuos, los accesos a recursos financieros, las condiciones del mercado, como la intervención del gobierno a través de los programas y proyectos públicos que favorezcan a la formación de negocios propicios para que los emprendedores lleven a efecto sus iniciativas y obtengan beneficios (Solange, 2018)

En el Ecuador, también se desarrollan ferias de emprendedores, donde se ubican productos relacionados con ropa, traje de baño, bisutería, comidas tradicionales, que respaldan a personas que desean llevar a cabo acciones de compra y venta para la reactivación económica después de la pandemia suscitada.

Dentro de la ciudad de Guayaquil es importante reconocer las actividades que realiza el emprendedor y microempresario, abriendo un espacio público en una plaza o parque de la localidad para que se comercialicen diferentes variedades de productos a un precio asequible; donde existe la coordinación del municipio local que garantizan los permisos y la viabilidad del evento promocional. El problema se da en que no existe un adecuado proceso coordinado de orientación para que participen todos los microempresarios en un punto estratégico de la ciudad en los parques tradicionales para que de esa manera se consoliden la visita de la familia guayaquileña.

De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor, Ecuador es el país latinoamericano con el mayor índice de creación de negocios de la región. El emprendimiento en Ecuador está mayormente orientado hacia actividades de comercio y a productos y servicios vendidos en el mercado doméstico. Se lleva a cabo para aprovechar una oportunidad de negocio que permita obtener mayores ingresos, independencia económica y la satisfacción de necesidades. (Solange, 2018)

El esfuerzo de los emprendedores requiere de motivación constante para que puedan impulsar los productos en los parques de manera gratuita y establecer animaciones como elaboración de agendas específicas para consolidar la presencia del público objetivo que busca entretenimiento en el parque para disfrutarlo con toda la familia.

Existen eventos que llamen la atención de los ciudadanos que conlleven el desarrollo y sostenimiento de la economía local y que permita mejorar los niveles de vida de los emprendedores y a la vez conseguir productos más económicos para con los ciudadanos.

El presente artículo académico tiene como objetivo determinar estrategias para promover la participación de microempresarios y emprendedores en ferias de Guayaquil, año 2023.

El propósito es fortalecer el espacio interactivo para el emprendimiento y la asistencia a parques como plazas tradicionales de la ciudad de Guayaquil.

Otros objetivos son Identificar las principales ferias comerciales de emprendedores y microempresarios que se desarrollan en la ciudad de Guayaquil; evaluar las estrategias existentes utilizadas para fomentar la participación de los emprendedores y microempresarios en ferias comerciales en guayaquil; establecer estrategias efectivas para impulsar la participación de los emprendedores y microempresarios en ferias comerciales en Guayaquil.

### **1.1. Principales ferias comerciales en Guayaquil**

Las ferias desarrolladas permiten crear espacios en los que el emprendimiento y emprendedor son importantes para la formación y desarrollo de nuevas plazas de trabajo. En esta sección se toma en consideración las diversas definiciones acerca de los diferentes factores que intervienen en la participación en ferias.

Aproximadamente se realizan alrededor de 120 ferias en Guayaquil, que cubren una amplia gama de sectores, como automóviles, agua, sostenibilidad, cosmética, farmacia, pastelería, panadería, dulces, chocolates, ferias industriales y más.

Para toda persona asistir a ferias y eventos de nuestra industria es importante por muchas razones: evitar la monotonía, establecer contactos, aprender, investigar la competencia u obtener comentarios de la industria. Por eso hemos elaborado esta lista de las ferias y eventos más interesantes del 2023 para emprendedores y startups. (El rincón del Emprendedor, 2023)

A diciembre de 2020, la Red de Innovación Guayaquil cuenta con 18 convenios de cooperación interinstitucional con empresas del sector público, privado y académico que tienen como objetivo transferir tecnologías, métodos, experiencias y conocimientos a través de procesos de innovación en todos los países y regiones para promover el emprendimiento, microempresas, así como las universidades más importantes de la ciudad. Finalmente, se han desarrollado iniciativas para conectar a emprendedores con clientes potenciales, entre las que destaca la campaña #EmprendorFriday, que se ha convertido en un espacio de difusión y apoyo a los emprendedores urbanos a través de las redes sociales, aumentando así la visibilidad y el reconocimiento de marcas y empresas. La red social de emprendedores de Guayaquil llega a más de 90.000 personas. (Montero, 2021)

Un mercado local fuerte es esencial para el éxito de cualquier empresa. Al interactuar con clientes potenciales en persona, las empresas pueden comprender mejor sus necesidades y deseos. Esto les permite ofrecer nuevos productos y servicios que satisfagan esas necesidades, lo que puede conducir a un aumento de las ventas y la lealtad de los clientes (Skok, 2022). El año 2020 en la revista EPICO Contratistas & Guayaquil; de sus clientes potenciales,

entre los que destaca Mercado 593 Guayaco plataforma virtual gratuita para emprendedores con 1174 usuarios registrados y brinda ventas en línea a 85 emprendedores. Promocionar las ventas en línea o ferias en balcón que ofrezca una iniciativa encaminada a incrementar el consumo ofrezca a los emprendedores un lugar para presumir productos a través de eventos dinámicos realizados en red social. (Montero, 2021)

## 1.2. Ferias de emprendimientos

La feria es un canal de comunicación directo entre las Pymes y los consumidores, una herramienta para darles visibilidad y contar con un espacio colaborativo en el que las empresas de menor tamaño puedan promocionarse y conectarse con todos sus potenciales clientes.

Se hizo una revisión de algunas ferias y festivales que incluyen la participación de emprendedores y microempresarios. A continuación, se presentan algunas de ellas

**Tabla 1**

*Principales Ferias Comerciales en Guayaquil*

<b>GYE La Perla Fest</b>	<b>Festival que impulsa la creatividad, la innovación y el emprendimiento en la ciudad de Guayaquil</b>
<b>Park Fest</b>	Festival artístico y cultural que incluye una feria de emprendimientos
<b>Buijo Market</b>	Feria que reúne a emprendedores y microempresarios
<b>Ferias ciudadanas</b>	Eventos que incluyen la participación de emprendedores y diversas actividades culturales
<b>Mercadito Guayaco</b>	Feria que se realiza en diferentes zonas comerciales de Guayaquil y ha beneficiado a cerca de 800 emprendedores en sus 47 ediciones
<b>Garagefest</b>	Organizadores de ferias y eventos en Guayaquil que ofrecen espacios para que los emprendedores compartan sus productos y servicios
<b>El Bazar</b>	Espacio que funciona como local temporal para microempresarios y que ofrece una vitrina para sus productos
<b>Centro de Emprendimiento de Guayaquil</b>	Ofrece un punto de venta para emprendedores en la calle Panamá y Luzárraga
<b>Feria de Pymes</b>	Evento que reúne a alrededor de 500 pymes en busca de oportunidades de negocios y que ofrece citas de negocios con cadenas comerciales

**Elaborador por: Diana Orellana; Viviana Rosado**

Es importante tener en cuenta que estas ferias y eventos pueden ser una oportunidad para que los microempresarios y emprendedores muestren sus productos y servicios, establezcan contactos y promuevan su marca

## 1.3. Microempresarios

Los microempresarios enfrentan una serie de desafíos, como la falta de acceso a la financiación, la competencia de las grandes empresas y las regulaciones gubernamentales. Sin embargo, también tienen una serie de ventajas, como la flexibilidad, la capacidad de adaptación y la cercanía a los clientes. Para (García, 2022) los microempresarios son personas que tienen



una idea y están dispuestas a arriesgarse para convertirla en realidad. Son personas que están dispuestas a trabajar duro y a aprender de sus errores, responsables de la creación de millones de puestos de trabajo y de la generación de riqueza. También son un motor de innovación y crecimiento económico.

#### **1.4. Marketing y relaciones publicas**

Para Kotler la era digital ha dado lugar a un nuevo tipo de consumidor, más informado y conectado. Este nuevo consumidor espera una experiencia de compra personalizada y relevante. Las empresas deben centrarse en crear contenido de alta calidad, construir relaciones con los clientes en línea y utilizar la tecnología para personalizar la experiencia de compra, explora los nuevos modelos de marketing que están surgiendo en la era digital el marketing en redes sociales y el marketing de influencers. (Philip Kotler, 2017).

#### **1.5. Influencers y su relación con eventos y ferias en redes sociales**

Entre las principales ventajas del marketing de influencers es el manejo del comercio electrónico y redes sociales como una mayor oportunidad para acaparar la atención de los cibernautas que siguen a un personaje reconocido y aceptado por muchos al momento de crear ideas innovadoras que atraen a seguidores y ofertan a través de las redes sociales y otros medios digitales información relevante (Philip Kotler, 2017).

#### **1.6. Ventajas de los Influencers**

En la actualidad, el influencer implica la traslación, la nueva versión del líder de opinión aplicado al medio online, aprovechando el potencial enorme demostrado por las redes sociales es una persona que posee cierta credibilidad sobre un tema concreto y que su presencia e influencia en las redes sociales hace que se convierta en un prescriptor idóneo de una marca determinada. (Nieto, 2018)

#### **1.7. Estrategias de emprendedores y microempresarios en ferias de Guayaquil**

Para el autor Rudibel (2018) la competitividad es un elemento fundamental de un plan de marketing, representa la capacidad de una empresa para superar a sus competidores en el mercado. Para ello, es necesario que la empresa implemente política que permitan cambios relevantes en el manejo de sus estrategias. Las estrategias deben estar alineadas con las necesidades y expectativas de los clientes. Se debe buscar la disminución de costos sin importar el incremento de las ventas. Esto significa que las empresas deben ser eficientes en sus operaciones para poder ofrecer productos y servicios a precios competitivos.

La propuesta es la aplicación de estrategias para la participación de los emprendedores o microempresarios en los parques más reconocidos de la ciudad y a la vez impulsar a través de los medios de comunicación convencional y digitales con la presencia de diversos artistas nacionales e internacionales, para garantizar la participación de ciudadanos que consumen entretenimiento, productos y servicios. Permite la visita asistida de la familia a los diferentes parques y plazas principales de la ciudad de Guayaquil para la participación activa en los diferentes eventos y plazas abiertas.

Señala Steiner (2022) que una estrategia es un esfuerzo de inclusión ética y sostenible que reconoce la utilización de diferentes medios para poder triunfar ante los desafíos que se enfrenta una organización e impulsar nuevas expectativas para el futuro tomando en

consideración los cambios y la aplicación de conocimientos que van a alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible

Las ferias son una oportunidad para que los emprendedores y microempresarios de Guayaquil puedan promocionar sus productos y servicios a un público más amplio. Para aprovechar al máximo estas oportunidades, es importante que los emprendedores y microempresarios desarrollen estrategias específicas

**Tabla 2**

Estrategias actuales de microempresarios y emprendedores

Estrategia actual	Definición
La ubicación de la feria	La ubicación de la feria debe ser accesible para el público objetivo de los microempresarios. Esto significa que debe estar ubicada en un lugar donde las personas que estén interesadas en los productos o servicios que se ofrecen puedan llegar fácilmente.
El costo de la participación	El costo de la participación en una feria puede variar. Es importante comparar los precios de diferentes ferias antes de tomar una decisión.
El tamaño de la feria	Debe tenerse en cuenta a la hora de elegir la ubicación. Una feria pequeña puede ser ubicada en un lugar más pequeño y menos costoso. Es importante comprobar la disponibilidad de espacios en la ubicación elegida antes de reservar.
Preparar un stand atractivo	Es importante que el stand sea atractivo y que destaque entre los demás. El stand debe estar bien organizado y tener una buena iluminación. Los parques y plazas son una buena opción para las ferias al aire libre. Ofrecen un espacio amplio y abierto para que los visitantes puedan pasear y explorar los puestos.
Promociones	Los microempresarios deben promocionar la feria con antelación para atraer visitantes. Pueden utilizar las redes sociales, el correo electrónico y otros canales para difundir la noticia de la feria, pueden ofrecer incentivos a los visitantes para que acudan a la feria

**Elaborador por: Diana Orellana; Viviana Rosado**

Con una estrategia bien definida y un buen trabajo de preparación, los emprendedores y microempresarios de Guayaquil pueden aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecen las ferias.

### **1.8. Empresas vinculadas en ferias con estrategias efectivas**

El mercado de bienes y servicios por lo general está dominado por firmas y empresas que concentran la oferta y la demanda de ciertos componentes, lo que puede significar una limitante para el ingreso de nuevas empresas. Por lo tanto, el emprendimiento puede verse menoscabado por las dificultades que se generan, ya que, al no poderse posicionar en el mercado, las personas discontinúan su operación e incluso no llegan a iniciar la gestión administrativa (Ortiz, A.C., 2017)

Los expertos señalan que quizá el recurso más valioso de un emprendedor es la idea innovadora. (Navarro, 2017) señala que es preciso promover el capital social, facilitar la comunicación y la creación de redes para favorecer a las posibles desventajas que enfrentan los emprendedores de clase media. El capital social es el conjunto de relaciones, contactos y recursos que una persona o empresa tiene a su disposición. Las redes son grupos de personas que se conectan entre sí para compartir información, recursos y oportunidades.

El alcalde de la ciudad de Guayaquil, confirmó a PRIMICIAS que las tres ferias -Raíces, del Libro y Comic Con- contarán con el auspicio municipal, aunque aclaró que en 2024 se realizarán algunos cambios para que la Alcaldía logre beneficios “más allá de un simple auspicio”. (PRIMICIAS, 2023)

### ***1.8.1 Características de las ferias en el mundo***

En 2019 Ecuador presentó una TEA de 36.2%, superior a la de 2017 que fue de 29.62%. Esto significa que, en Ecuador, alrededor de 3.6 millones de habitantes estuvieron involucrados en la puesta en marcha de un negocio, es decir, aproximadamente 1 de cada 3 adultos gestiona la creación de un negocio o posee uno con una antigüedad de hasta 3.5 años. De acuerdo con este indicador, el nivel de emprendimiento en el país se ha mantenido como uno de los más altos de América Latina en los últimos años.

Las ferias en Ecuador esta mayormente orientado a los negocios, productos y servicios en el mercado interno. Para aprovechar una oportunidad de negocio que permite incrementar ingresos, independencia financiera y satisfacción de necesidades.

Gracias a la colaboración público privada entre el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, PRO ECUADOR, y la Cámara de Comercio Binacional Ecuatoriano- Italiana, se promoverá la oferta ecuatoriana en esta feria PROCOSMÉTICOS con el objetivo de resaltar los productos naturales que crecen en nuestra tierra como el cacao orgánico, sacha inchi, quinua, entre otros, y que son la base para crear fragancias, jabones, productos para el cabello, cremas faciales y corporales. (MINISTERIO DE PRODUCCIÓN COMERCIO EXTERIOR , 2023)

### ***1.8.2 Características de las ferias en el Ecuador***

Los trámites y la burocracia son uno de los principales obstáculos para los emprendedores. Por eso, reducir el tiempo y costos de incorporación de nuevos negocios, así como el cierre de estos, pueden favorecer la creación de nuevas empresas. Los responsables de las políticas públicas deben considerar que cuando los costos de salida son onerosos, la entrada de empresas también es penalizada indirectamente. A esto se suma la dificultad del proceso de creación y cierre de una empresa que resulta desalentador para el emprendedor (Iturriaga, 2016)

Los jóvenes o adultos, en muchos casos, en las ferias realizadas apuestan cada vez más industrias de tecnologías digitales, alimentación, movilización de paquetes a través del uso de aplicaciones móviles, seguridad doméstica, aprendizaje interactivo para niños, comics, soluciones de facturación electrónica, factoring y otros servicios.

### ***1.8.3 Cronograma de ferias Comerciales***

El Calendario de Ferias y Eventos, donde los usuarios pueden consultar los eventos más relevantes que se llevarán a cabo en el Ecuador, además de poder solicitar información directamente a los organizadores sobre los aspectos de participación como expositores y patrocinadores, lo que permite estar al tanto de las oportunidades y tendencias en la industria de eventos en Ecuador. (EVENTOS ECUADOR)

**Tabla 3**

Cronogramas de Ferias en Guayaquil 2023.

<b>Cronograma</b>	<b>Nombre de Ferias</b>	<b>Lugar de Ferias</b>	<b>Ciudad</b>
13/6/2023	Expo Industria 2022	Hilton Colon	Guayaquil
15/6/2023	Expo Sweet	Centro de Convecciones	Guayaquil
30/6/2023	Fitspo	Expoplaza	Guayaquil
11/7/2023	Auto Show	Centro de Convecciones	Guayaquil
21/7/2023	Raices	Expoplaza	Guayaquil
7/9/2023	Prologitec	Centro de Convecciones	Guayaquil
20/9/2023	Guayaquil International Book Fair	Expoplaza	Guayaquil
20/9/2023	Feria Internacional del Libro	Centro de Convecciones	Guayaquil
30/9/2023	Gastrofest 2023	Centro de Convecciones	Guayaquil
13/10/2023	Pet Fest	Expoplaza	Guayaquil
22/10/2023	Aqua	Centro de Convecciones	Guayaquil
28/9/2023	ExpoEstudios Guayaquil 2023	Hotel Hilton Colon	Guayaquil
29/9/2023	Expografica	Centro de Convecciones	Guayaquil
30/9/2023	Feria de la Solidaridad	Centro Cristiano de Guayaquil	Guayaquil
24/10/2023	XX Convención Internacional del Banano	Hilton Colon	Guayaquil
16/11/2023	DISCOVERCIT	Centro de Convecciones	Guayaquil
23/10/2023	Aqua Expo 2023	Centro de Convecciones	Guayaquil
30/11/2023	Expo Farma y Cosmética	Centro de Convecciones	Guayaquil

Elaborado por: Autores

## 2. Materiales y método

La metodología mixta de carácter exploratorio al momento de visualizar diferentes escenarios en otros países que impulsaron el emprendimiento para la dinamización de la economía. Se aplico un método descriptivo al momento que existe la gestión y coordinación de las ferias para cada uno de los parques y plazas tradicionales en la ciudad Guayaquil que impulso el comercio. Se aplico un método no experimental debido a que una vez hechas las indagaciones teóricas y prácticas se dio a conocer unas de las principales estrategias vinculadas a la participación de la ciudadanía en familia.

Según el alcance es descriptiva. Este tipo busco especificar las características, propiedades y perfiles de personas, con el objetivo de establecer su comportamiento. La finalidad es obtener una perspectiva más puntual de la dimensión del problema o situación y sus resultados se sitúan en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (NODO Universitario, 2021)

La metodología utilizó entrevistas a los principales emprendedores y microempresarios que busco la posibilidad de participar en ferias al aire libre en los diferentes parques y plazas que tiene la ciudad de Guayaquil. Se aplicó un enfoque cuantitativo en las encuestas a los ciudadanos que compran productos innovadores

### 2.1.1 Población y Muestra

El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilístico que se utiliza cuando no es posible o práctico seleccionar una muestra probabilística. En el muestreo por conveniencia, los elementos de la muestra se seleccionan simplemente porque son accesibles o convenientes.

El primer paso es definir la población sobre la que se desea obtener información. Esto puede hacerse de forma explícita o implícita. En nuestra investigación, la población sería el conjunto de los microempresarios y emprendedores que participo en la feria Raíces en este año 2023.

Es importante tener en cuenta que el muestreo por conveniencia puede introducir sesgos en los resultados de la investigación. Esto se debe a que los elementos de la muestra no se seleccionan de forma aleatoria, sino que se seleccionan simplemente porque son accesibles o convenientes

La población y muestra se tomó con datos de la feria gastronómica Raíces que se dio en el mes de Julio del 2023, obteniendo la información de la siguiente fuente (EL COMERCIO , 2023), con 50 emprendimientos y 25 microempresarios dando un total de 75 participantes en dicha feria, dado estos resultados no aplicamos la fórmula de muestreo infinito ya que conocemos la población y la misma representa la muestra

## Resultados

### 3.1 Resultados de las encuestas

Se realiza un análisis de los resultados obtenidos de la encuesta para poder cumplir el objetivo 2 que se relaciona con evaluar las estrategias existentes utilizadas para fomentar la participación de los emprendedores y microempresarios en ferias comerciales en guayaquil, se realizó una encuesta dirigida a la muestra seleccionada

**Tabla 4**

Género de los encuestados

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	48	65%
Masculino	27	36%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Se visualiza un gran número de mujeres participando en la feria, lo que representa un avance en la equidad de género en el ámbito empresarial. La participación de las mujeres en la feria Raíces es un reflejo del creciente empoderamiento femenino en el Ecuador.

**Tabla 5**

Edad de los encuestados

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 18 años	1	1%
19 a 25 años	13	17%
26 a 40 años	41	55%
41 a 55 años	20	27%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

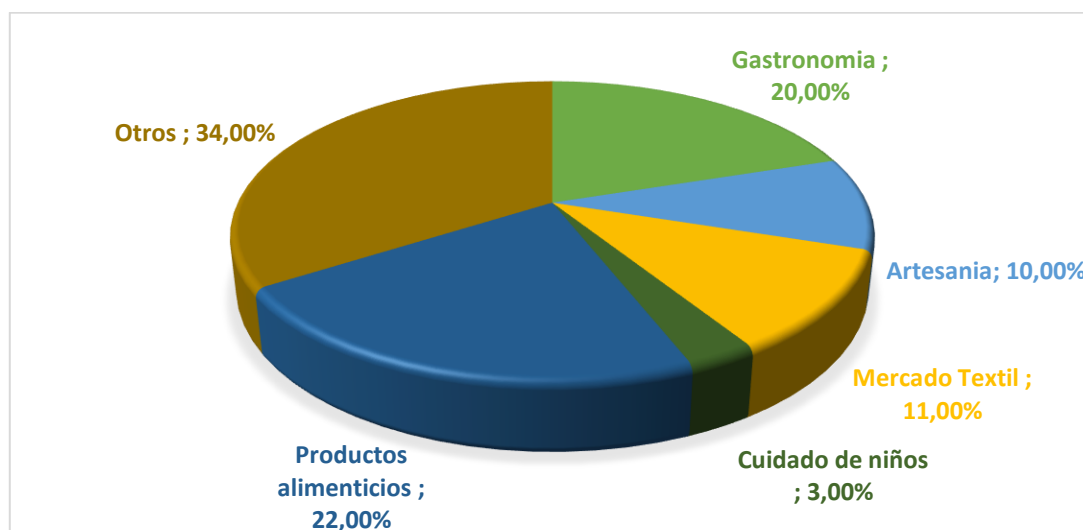
Los encuestados son de 26 a 40 años que son microempresarios y emprendedores la importancia que la feria está atrayendo a un público joven y dinámico, que está impulsando el emprendimiento y la economía local.

**Tabla 6**

Nivel de estudios de los encuestados

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Educación primera	1	1%
Educación secundaria	15	20%
Tercer nivel	49	65%
Cuarto nivel	11	14%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

La mayoría de los encuestados tienen títulos de tercer nivel lo cual indica que el sistema educativo ecuatoriano está respondiendo a las necesidades del mercado laboral. Los emprendedores están cada vez más conscientes de la importancia de la formación académica para el éxito de sus negocios.

**Figura 1** ¿Cuál es la actividad de su microempresa o emprendimiento?

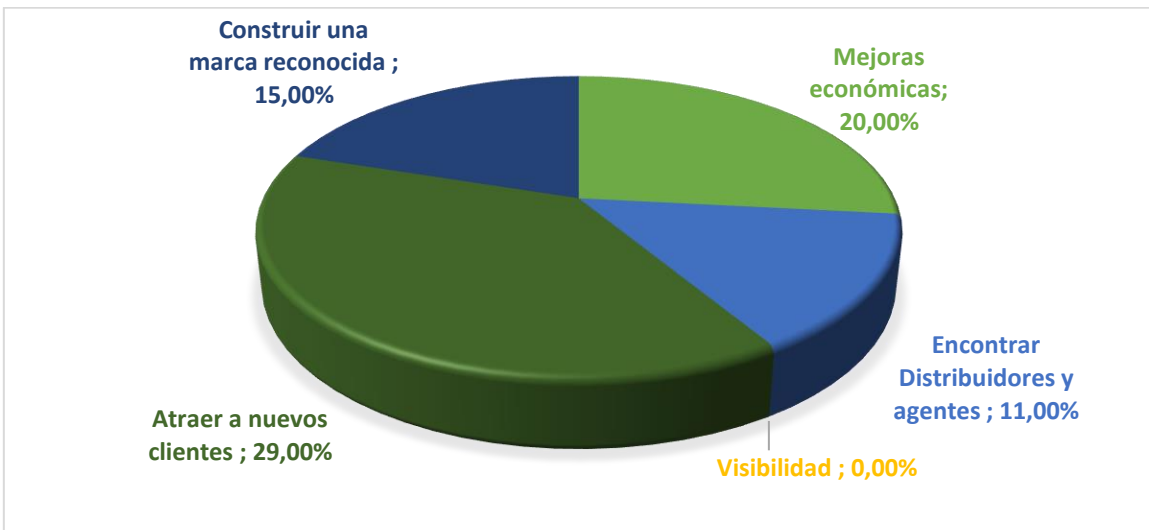
Según los resultados presentados en la Figura 1 se puede apreciar que otras actividades de los microempresarios o emprendimientos están la bisutería, etiquetas, tecnología, educación. Esto sugiere que hay varias actividades para emprender en el mercado y están dispuestos en acoger todas las oportunidades que se presenten. Por otro lado, tenemos los productos alimenticios seguido de Gastronomía, ambas con un alto porcentaje de posicionamiento en las actividades principales en el comercio de Guayaquil.

**Figura 2** ¿Cuántas veces ha participado en las ferias de Guayaquil en el presente año?



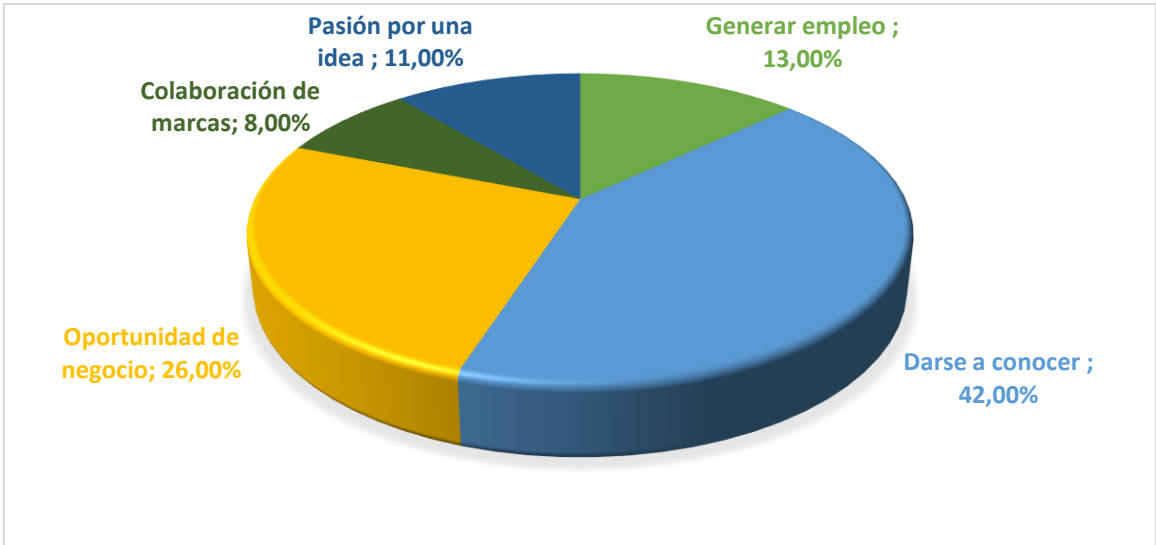
La figura 2 muestra que el 79% de microempresarios y emprendedores han participado en ferias organizadas en Guayaquil. Esto sugiere que los organizadores de feria puedan coordinar eventos con la finalidad de que genere más actividades comerciales y así puedan darse a conocer con su marca o producto.

**Figura 3** ¿Qué beneficios obtuvo de su participación en la feria comercial en Guayaquil?



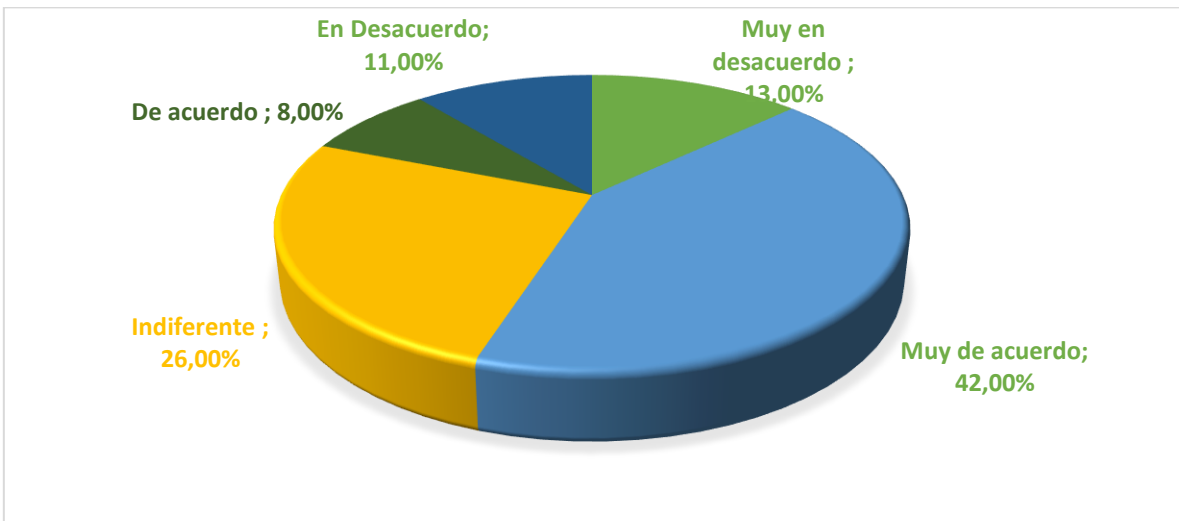
La figura 3 demuestra que la participación de la feria fue la atracción de nuevos clientes, este es el beneficio más importante para los expositores, ya que les permite aumentar sus ventas y su base de clientes, así como las mejoras económicas donde puede ayudar a los expositores a aumentar sus ingresos y a generar nuevos empleos como la construcción de una marca es decir la mejora de la imagen de la empresa y el fortalecimiento de la reputación. Una pequeña cantidad indicó que pudo encontrar distribuidores y agentes.

**Figura 4** ¿Cuál fue su principal motivación para participar en una feria comercial?



En la figura 4, se puede observar que el motivo más importante es darse a conocer ya que refleja el deseo de los expositores de aumentar su visibilidad y llegar a un público más amplio, como oportunidad de negocio incluye la búsqueda de nuevos clientes, distribuidores y agentes, así como la colaboración con otras empresas, el generar empleo refleja el compromiso de los expositores con el desarrollo económico y la creación de oportunidades laborales así mismo una pasión por una idea de la mano con la colaboración de marcas es menos frecuente, pero refleja la importancia de las alianzas estratégicas para el éxito de las empresas.

**Figura 5** ¿Considera que la colaboración entre emprendedores y microempresarios podría ser beneficiosa para promover su participación en ferias comerciales?

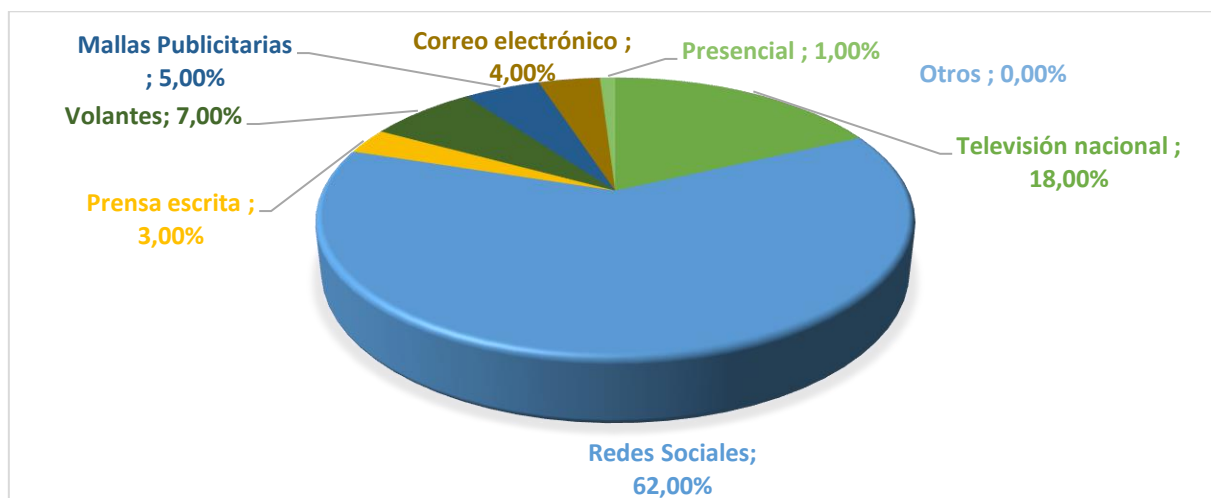


Los resultados del análisis de la figura 5 muestran que la mayoría de los encuestados está de acuerdo en que la colaboración entre los emprendedores y microempresarios es beneficiosa para promover su participación en ferias comerciales. Este resultado es positivo, ya que refleja la importancia de la colaboración para el éxito de los emprendedores y microempresarios. La colaboración puede ayudar a los emprendedores a compartir recursos, conocimientos y experiencias, lo que puede conducir a un mayor éxito empresarial. La colaboración puede ayudar a los emprendedores a llegar a un público más amplio y a darse a conocer como también reducir los costos de participación. Sin embargo, es importante tener en



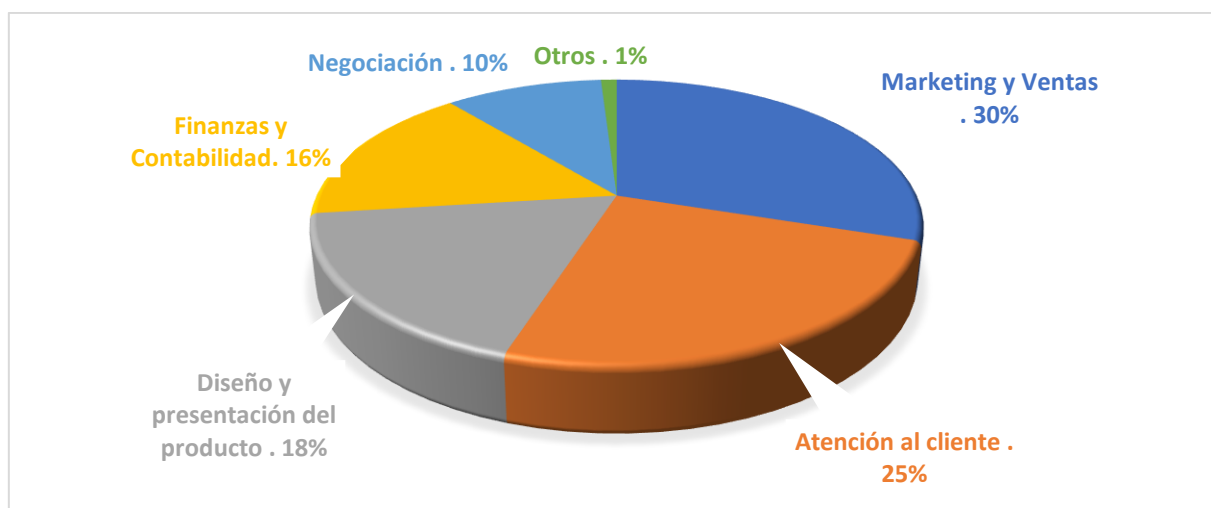
cuenta que un porcentaje menor de los encuestados es indiferente al tema, lo que sugiere que existe un margen de mejora en la sensibilización sobre los beneficios de la colaboración.

**Figura 6** ¿Qué canales de comunicación considera más efectivos para promover la participación de emprendedores y microempresarios en ferias comerciales?



En resumen, los resultados del análisis de la figura 6 muestran que las redes sociales son el principal canal de comunicación para promover la participación en ferias comerciales. refleja la creciente importancia de las redes sociales en la comunicación empresarial. Las redes sociales permiten a las empresas llegar a un público más amplio y a generar un mayor engagement estas pueden ser efectivas para promover la participación en ferias comerciales. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los otros canales de comunicación también pueden ser efectivos para promover la participación en ferias comerciales. Por ejemplo, la televisión nacional puede ser efectiva para llegar a un público amplio, mientras que los volantes y las mallas publicitarias pueden ser efectivos para llegar a un público local

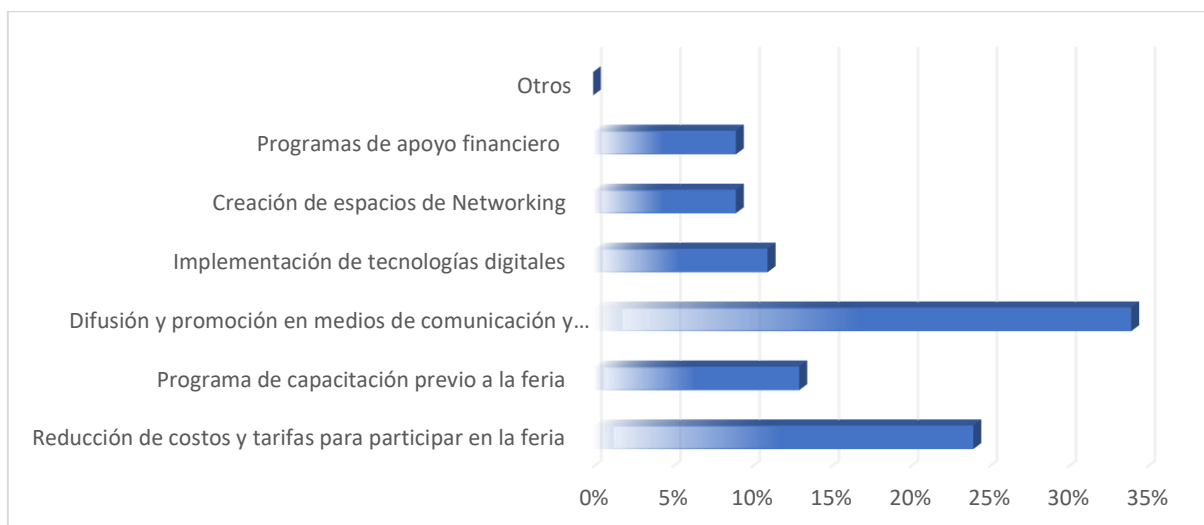
**Figura 7** ¿Qué tipo de capacitación o formación cree que sería útil para que los emprendedores y microempresarios aprovechen al máximo su participación en ferias comerciales?



Los resultados del análisis de la figura 7 muestran que los principales cursos de capacitación que los expositores consideran útiles para aprovechar su participación en ferias comerciales muestran que están interesados en mejorar sus habilidades y conocimientos para

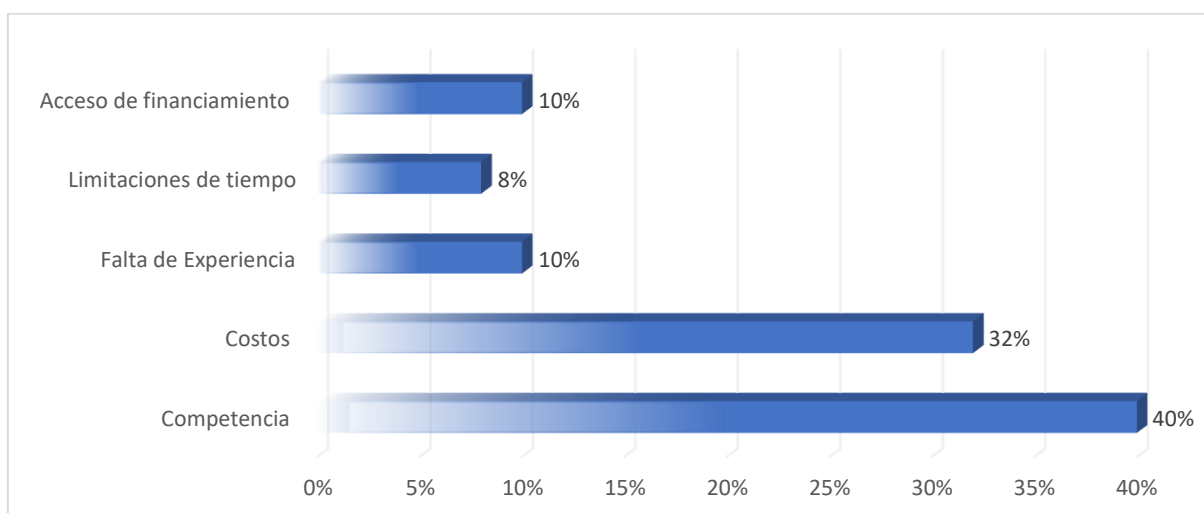
aprovechar al máximo su participación. También se puede observar que la inteligencia artificial de negocios es el curso menos popular. Este resultado puede deberse a que la inteligencia artificial todavía es una tecnología relativamente nueva y que no todos los expositores están familiarizados con ella.

**Figura 8** ¿Qué estrategia considera que podría ser efectiva para motivarte a participar en una feria comercial en Guayaquil?



En cuanto al análisis de la figura 8, se puede observar que la creación de espacios de networking y programas financieros son factores menos populares. Estos resultados pueden deberse a que estos factores son más específicos y que no todos los expositores los consideran importantes. Los programas financieros podrían ayudar a los expositores a financiar su participación en la feria. Muestran que los expositores están interesados en participar en ferias comerciales que ofrezcan beneficios y ventajas. La difusión y promoción en medios de comunicación, la reducción de costos y tarifas, el programa de capacitación previo a la feria y la implementación de tecnologías digitales son factores importantes para motivar la participación de expositores en ferias comerciales.

**Figura 9** ¿Cuál considera que es el mayor desafío para los micro empresarios y emprendedores al participar en ferias comerciales en Guayaquil?



En cuanto al análisis de la figura 9, se puede observar que la falta de experiencia y el acceso a financiamiento son desafíos menos populares. Estos resultados pueden deberse a que

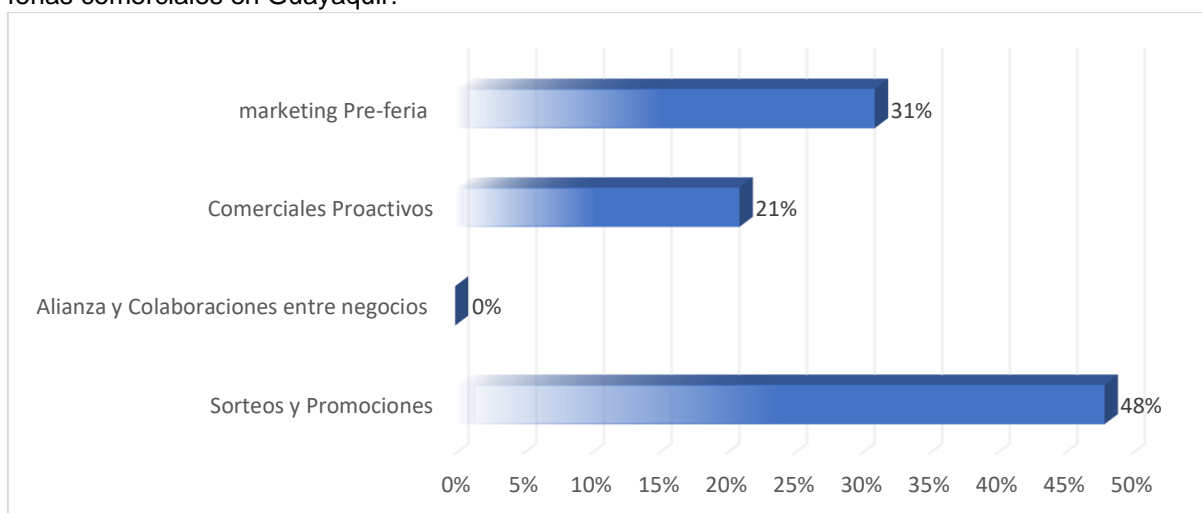
estos desafíos son más específicos y que no todos los microempresarios y emprendedores los consideran importantes. La falta de experiencia y el acceso a financiamiento podrían ser desafíos importantes para los microempresarios y emprendedores también puede dificultar el desarrollo de un negocio exitoso, mientras que el acceso a financiamiento puede ser necesario para financiar el negocio y crecer. La competencia, los costos, la falta de experiencia, el acceso a financiamiento y las limitaciones de tiempo son desafíos importantes que los microempresarios y emprendedores deben enfrentar.

**Figura 10** ¿En qué áreas siente que necesitas apoyo para poder participar exitosamente en una feria comercial?



Se puede observar que el diseño y decoración del stand/exhibición es el área de apoyo menos popular. Este resultado puede deberse a que esta área es menos crítica para el éxito de la participación en una feria comercial. El diseño y decoración del stand/exhibición puede ser una herramienta valiosa para los microempresarios y emprendedores. Un stand atractivo y llamativo puede ayudar a los microempresarios y emprendedores a llamar la atención de los visitantes y a generar interés en sus productos o servicios.

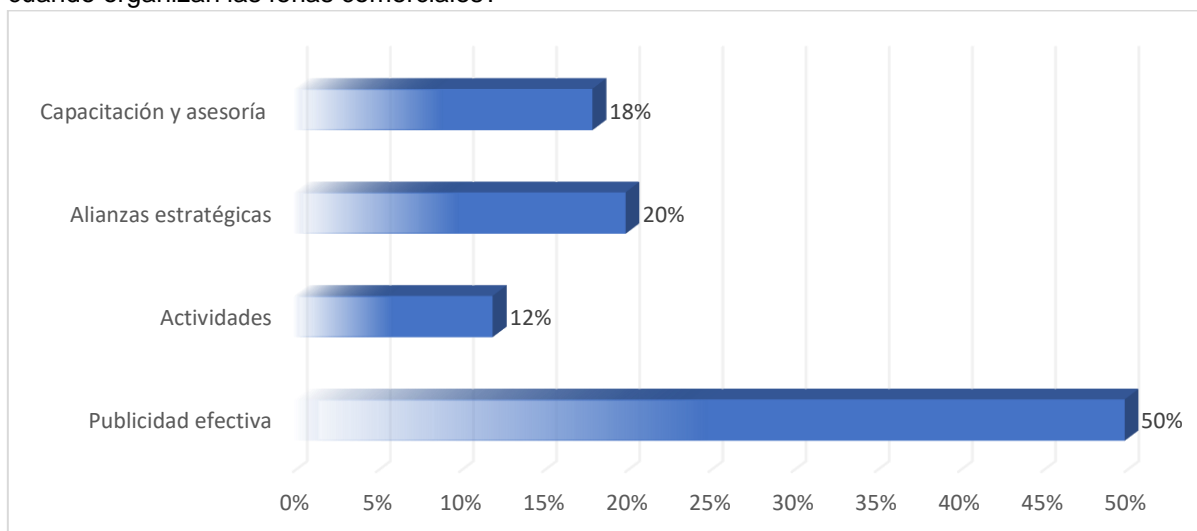
**Figura 11** ¿Qué estrategias de promoción considera más efectivas para atraer a visitantes a las ferias comerciales en Guayaquil?



Los resultados de la figura 11 muestran que existen una serie de estrategias efectivas para atraer visitantes a las ferias comerciales. Los sorteos y promociones, el marketing pre-feria y las comercializaciones proactivas son estrategias importantes que los expositores pueden implementar para atraer visitantes y aumentar sus posibilidades de éxito. Se puede observar que

el marketing pre-feria es la segunda estrategia más popular. Este resultado puede deberse a que es una estrategia efectiva para generar conciencia sobre la feria y a atraer a nuevos visitantes.

**Figura 12** ¿Qué estrategias de marketing considera usted que podrían implementar cuando organizan las ferias comerciales?



En cuanto al análisis de la figura 12, se puede observar que la publicidad efectiva es la estrategia más popular. Este resultado puede deberse a que la publicidad efectiva es una estrategia efectiva para llegar a un público amplio y a generar conciencia sobre la feria. La publicidad efectiva, las alianzas estratégicas, la capacitación y asesoría y las actividades son estrategias importantes que los organizadores de ferias comerciales pueden implementar para aumentar las posibilidades de éxito de la feria.

**Figura 13** ¿Considera Ud. que si se aplican mejores estrategias para la participación de micro empresarios y emprendedores en las ferias comerciales lograrían más conexiones y así podrán fomentar trabajo y nuevos proyectos que favorezcan a la economía de Guayaquil?



Los resultados del análisis de la figura 13 muestran que la mayoría de los emprendedores y microempresarios están de acuerdo en que las ferias comerciales logran más conexiones para fomentar trabajos y nuevos proyectos. Son una herramienta eficaz para el desarrollo empresarial, brindan a los emprendedores y microempresarios la oportunidad de conectarse con otros profesionales, conocer nuevas tendencias y oportunidades de negocio, y generar contactos que pueden ser útiles para el crecimiento de sus negocios.

### **3.2 Panel de expertos**

En este apartado, se encontrarán los criterios de cuatro expertos porque tienen un amplio conocimiento y experiencia en la organización de ferias comerciales en Guayaquil. Todos ellos tienen más de 5 años de experiencia en la industria y han organizado una amplia gama de ferias.

Se han tomado ocho preguntas claras y concisas realizadas en las entrevistas, con el fin de conocer la participación de ferias con los microempresarios y emprendedores en diferentes plazas de Guayaquil.

**Experto 1:** Magister en Administración de Empresas, Directora técnica de emprendimiento e Innovación sede Guayaquil, Feria Mentis

**Experto 2:** Lcda. En Administración de Empresa, Coordinadora de las ferias del Municipio de Samborondón, Feria Ganadera

**Experto 3:** Ing. En Marketing, Organizadora de Eventos, Cámara de Comercio

**Experto 4:** Ing. Comercial, Organizador de emprendimientos, Red Comercio Lasallano

**Tabla 3. Repuestas Entrevistas**

<b>Preguntas</b>	<b>Entrevistado 1</b>	<b>Entrevistado 2</b>	<b>Entrevistado 3</b>	<b>Entrevistado 4</b>
<b>P1. ¿Qué estrategias o iniciativas implementa actualmente su organización para fomentar la participación de emprendedores y microempresarios en las ferias comerciales de guayaquil?</b>	Eventos para generar comunidad de emprendimiento estos son: Charlas, Talleres, Bootcamps, Programa de Incubación, ferias de emprendimiento en la institución y eventos de Networking	Asesorías y capacitaciones gratuitas a emprendedores y microempresarios para que puedan participar en ferias	Ofrecemos descuentos en la participación de ferias sobre todo si pertenecen algún gremio	Trabaja para mejorar la infraestructura y servicios, construcción de nuevos espacios feriales
<b>P2. ¿Cuáles considera que son los principales beneficios o incentivos que ofrece su organización para atraer a los emprendedores y microempresarios a participar en las ferias comerciales?</b>	Áreas de trabajo compartido: Durante la feria comercial, los emprendedores y microempresarios pueden necesitar un lugar tranquilo para trabajar o preparar materiales de marketing.	Las ferias comerciales son una oportunidad para que los emprendedores y microempresarios puedan llegar a un público más amplio y potencial.	Son una oportunidad para que los emprendedores y microempresarios puedan conocer a potenciales clientes y establecer relaciones comerciales.	Los emprendedores y microempresarios puedan aumentar la visibilidad de su marca y darse a conocer
<b>P3 ¿Qué tipo de apoyo se brinda a los emprendedores y microempresarios durante la preparación y participación en las ferias comerciales? ¿Existen recursos y servicios específicos disponibles para ellos?</b>	Por lo general se les dan instrucciones de cómo se realizará la feria y se le indica su locación dentro de ella. Como plus, se les da microcápsulas de charlas para generar ventas en las ferias	Las capacitaciones y asesorías son una herramienta importante para que los emprendedores y microempresarios puedan preparar su participación en ferias comerciales	El apoyo brindado a los emprendedores y microempresarios durante la preparación y participación en las ferias comerciales ha tenido un impacto positivo en el éxito de los participantes. En general, los emprendedores y microempresarios que reciben apoyo tienen más probabilidades de alcanzar sus objetivos en las ferias comerciales.	El acceso a estos recursos y servicios puede ayudar a los emprendedores y microempresarios a preparar su participación en las ferias comerciales de manera efectiva y aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecen.

<p><b>P4. ¿Cómo evalúa la efectividad de las estrategias utilizadas para fomentar la participación de los emprendedores y microempresarios en las ferias comerciales? ¿Qué indicadores o métricas utiliza para medir el éxito de estas estrategias?</b></p>	<p>Los indicadores que se miden son:  # Emprendedores Participantes  # Asistentes en la feria  # Ventas realizadas de los emprendedores  Encuesta de satisfacción  Retorno de Inversión (ROI)</p>	<p>Satisfacción de participantes Una alta satisfacción de los participantes puede indicar que las estrategias están siendo efectivas para ayudar a los emprendedores y microempresarios a alcanzar sus objetivos en las ferias comerciales.</p>	<p>Impacto de negocios y del impacto de la participación en las ferias comerciales en los negocios de los emprendedores y microempresarios. Un aumento en las ventas, clientes potenciales o visibilidad de la marca</p>	<p>Al evaluar la efectividad de las estrategias utilizadas para fomentar la participación de los emprendedores y microempresarios en las ferias comerciales</p>
<p><b>P5. ¿Ha identificado algún desafío o barrera que dificulte la participación de los emprendedores y microempresarios en las ferias comerciales? En caso de ser afirmativo ¿Qué acciones ha tomado su organización para abordar estos desafíos?</b></p>	<p>Falta de Recursos y personal de apoyo: El presupuesto de organización de ferias suele ser reducido y con poco personal.  Falta de experiencia en los emprendedores: Para muchos emprendedores, la participación en ferias comerciales puede ser una experiencia nueva y desafiante. La falta de experiencia en la planificación y ejecución de un stand puede ser una barrera significativa.</p>	<p>Muchos emprendedores y microempresarios no tienen el conocimiento o la experiencia necesarios para preparar su participación en una feria comercial</p>	<p>no tienen las redes necesarias para aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecen las ferias comerciales.</p>	<p>l costo de participar en una feria comercial puede ser una barrera para muchos emprendedores y microempresarios</p>
<p><b>P6. ¿Qué canales de comunicación utiliza su organización para promover las ferias comerciales entre los emprendedores y microempresarios?</b></p>	<p>Redes institucionales  Redes sociales  Medios de comunicación  Publicidad en línea  Red de Contactos</p>	<p>Las redes sociales son un canal efectivo para llegar a un público amplio y diverso</p>	<p>Mi organización tiene una página web donde se publica información sobre las ferias comerciales disponibles en Guayaquil</p>	<p>Los boletines informativos incluyen información sobre las ferias comerciales disponibles</p>

Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4
<b>P7. ¿Ha establecido alianzas o colaboraciones con otras organizaciones o entidades para fomentar la participación de emprendedores y microempresarios en las ferias comerciales? ¿De qué maneras estas alianzas han contribuido al éxito de los eventos?</b>	Se ha logrado tener alianzas con empresas públicas y privadas tales como EPICO, Alianza de Emprendimiento e Innovación, Ministerio de Industrias en donde se nos ha ayudado a difundir los eventos y a su vez tener emprendedores de nuestra red de contactos externos para que participen en nuestra feria de emprendimiento salesiana.	Las alianzas han ayudado a aumentar la visibilidad de las ferias comerciales entre los emprendedores y microempresarios.	Mejorar la promoción de las ferias comerciales, llegando a un público más amplio y diverso.	Las alianzas han permitido ofrecer servicios de apoyo para que puedan preparar su participación en las ferias comerciales de forma efectiva
<b>P8. ¿Qué recomendaciones o sugerencias tiene para mejorar y fortalecer las estrategias existentes y lograr una mayor participación de los emprendedores y microempresarios en las ferias comerciales de Guayaquil?</b>	Ofrecer programas de capacitación y talleres gratuitos o a bajo costo dirigidos a emprendedores y microempresarios. Estos programas pueden ayudarles a prepararse mejor para las ferias comerciales y maximizar su participación.	Se recomienda ofrecer más capacitaciones y asesorías, con un enfoque en temas específicos, como la venta en línea y la exportación.	ofrecer más descuentos en la participación, especialmente a emprendedores y microempresarios de sectores vulnerables	ofrecer más descuentos en la participación, especialmente a emprendedores y microempresarios de sectores vulnerables
<b>P9. Como incide el uso de las TIC en estas ferias comerciales ¿Las usan? ¿Cuáles son sus beneficios?</b>	El uso de las TIC en ferias comerciales ofrece una serie de beneficios que mejoran la experiencia tanto para los organizadores como para los participantes. Facilita la promoción, la interacción y la recopilación de datos, lo que contribuye al éxito de estos eventos.	Ha tenido un impacto positivo en varios aspectos, como la promoción, la participación, y la generación de oportunidades para los emprendedores y microempresarios.	En cuanto a la promoción, las TIC han permitido a las ferias comerciales llegar a un público más amplio y diverso.	las TIC han facilitado la inscripción y la gestión de las ferias comerciales



En base a la respuesta obtenida, para poder cumplir con el objetivo 3 que se relaciona con establecer estrategias efectivas para impulsar la participación de los emprendedores y microempresarios en ferias comerciales en Guayaquil, se sugieren las siguientes ideas:

**Ofrecer capacitaciones y asesorías gratuitas:** Las capacitaciones y asesorías son una herramienta importante para que los emprendedores y microempresarios puedan preparar su participación en ferias comerciales. Estas capacitaciones deben cubrir temas como la definición de objetivos, la preparación de un stand atractivo, la oferta de promociones y descuentos, y la interacción con los visitantes.

**Ofrecer descuentos en la participación:** Los descuentos en la participación son una forma de reducir el costo de participar en una feria comercial. Estos descuentos deben estar disponibles para todos los emprendedores y microempresarios, especialmente para los de sectores vulnerables.

**Promocionar las ferias comerciales de forma más efectiva** esta debe tener objetivos claros, una audiencia específica con un plan de marketing donde incluya estrategias de publicidad, relaciones públicas. La promoción de las ferias comerciales es clave para que los emprendedores y microempresarios conozcan las oportunidades que ofrecen. Utilizar una combinación de canales de comunicación, como las redes sociales, los medios de comunicación tradicionales, y los eventos presenciales.

**Establecer alianzas estratégicas con organizaciones públicas, privadas, cámara de comercio y asociaciones empresariales** que trabajen con emprendedores y microempresarios: Estas alianzas pueden ayudar a promover las ferias comerciales entre los emprendedores y microempresarios.

**Crear un directorio de ferias comerciales:** Este directorio puede ayudar a los emprendedores y microempresarios a encontrar ferias comerciales que sean relevantes para su negocio.

**Ofrecer servicios de apoyo para la participación en ferias comerciales:** Estos servicios pueden ayudar a los emprendedores y microempresarios a preparar su participación en ferias comerciales de forma efectiva. Realizar estudios de mercado para comprender las necesidades y desafíos de los emprendedores y microempresarios. Elaborar un plan estratégico para la promoción de las ferias comerciales. Evaluar periódicamente las estrategias implementadas para medir su efectividad.

**Implementaciones de tecnologías digitales:** Es de gran importancia aprovechar las herramientas tecnológicas para motivar la participación de emprendedores y microempresarios en las ferias comerciales. Estas plataformas en línea y aplicaciones móviles dedicadas a la organización de ferias pueden facilitar la planificación y la promoción de los emprendedores y microempresarios, así como el acceso a la información en tiempo real durante el evento.

Con la implementación de estas estrategias y acciones, se espera impulsar la participación de los emprendedores y microempresarios en ferias comerciales en Guayaquil, y contribuir al desarrollo de los negocios de estos emprendedores.

#### **4. Discusión**

La información preliminar nos indica que por un lado los microempresarios y emprendedores se sienten motivados para participar en las ferias, sin embargo, los organizadores indica el motivo que generan estas ferias porque les ayuda a incrementar su público para poder darse a conocer con su producto, si bien es cierto hay varias imposibilidades

que hace que no puedan concretar un lugar para la feria se trata de realizar promoción para que puedan acceder a sus stands y puedan darse a conocer.

Las capacitaciones y asesorías son una herramienta importante para que los microempresarios y emprendedores puedan preparar su participación en ferias comerciales. Deben cubrir temas como la definición de objetivos, la preparación de un stand atractivo, la oferta de promociones y descuentos, y la interacción con los visitantes. De la misma manera los descuentos en la participación son una forma de reducir el costo de participar en una feria comercial.

La promoción de las ferias comerciales es clave para que los microempresarios y emprendedores conozcan las oportunidades que ofrecen. La promoción debe utilizar una combinación de canales de comunicación, como las redes sociales, los medios de comunicación tradicionales, y los eventos presenciales.

## **5. Conclusión**

Se seleccionaron distintas estrategias para promover las ferias comerciales que están enfocadas en el emprendimiento y microempresas. Contribuye a la creación de un entorno propicio para el desarrollo y éxitos de los emprendedores y microempresarios, impulsando así la economía y fomentando la innovación.

Los resultados muestran que los microempresarios y emprendedores encuentran motivación en las diferentes capacitaciones o formaciones y valoran su participación en la feria comercial donde tienen ciertos desafíos como la competencia; costos; falta de experiencia; limitaciones de tiempo; acceso de financiamiento.

Las ferias comerciales son una oportunidad importante para que las empresas puedan promocionar sus productos y servicios, generar leads, y establecer relaciones comerciales. Sin embargo, organizar una feria comercial puede ser un desafío, ya que requiere una planificación y ejecución cuidadosas. Existen algunos desafíos que pueden dificultar la participación en las ferias comerciales, como el costo, el conocimiento, y las redes. Establecer alianzas estratégicas con organizaciones públicas, privadas, cámara de comercio y asociaciones empresariales que trabajen con emprendedores y microempresarios. Las capacitaciones y asesorías pueden ayudar en la información a prepararse para participar en ferias comerciales de forma efectiva como también las alianzas estratégicas a promover las ferias comerciales entre los emprendedores y microempresarios, los servicios de apoyo pueden ayudar a preparar su participación de forma efectiva.

En conclusión, se analizaron las distintas estrategias y recomendaciones para promover las ferias comerciales, esto contribuye a la creación de un entorno propicio para el desarrollo y éxitos de los emprendedores y microempresarios, impulsando así la economía y fomentando la innovación.

## Referencias Bibliográficas

- Bravo, G. C. (2020). *Los medios de comunicación públicos*.  
[http://institutodemocracia.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/existe\\_futuro.pdf](http://institutodemocracia.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/existe_futuro.pdf).
- Buendía, A. (2018). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. 2018. *Revista análisis economico*, vol. 28, nº 69, pp. 55-78, .
- Cortes, D. (2019). *Procolombia TLC- Manufactura e insumos – muebles y maderas*. . Sección de gestión contractual. Community.secop.gov.co.: Investigación realizada por Subdirección regional de apoyo central, sede Bogotá, .
- Crespo, L. (2018). *Historia de los Muebles –* . El Mueble. Recogidas.gratis.com –.
- Cruz, A. (2018). *Gestión de inventarios*. Málaga: IC Editorial.
- Dane. (2020). *Estadísticas licencias de construcción (ELIC)*. Dane.gov.co.
- EL COMERCIO . (10 de 2023). *FERIA GASTRONOMICA RAICES EN GUAYAQUIL* . Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/guayaquil/restaurantes-sorprenden-paladares-feria-raices-guayaquil.html>
- El rincón del Emprendedor. (2023). Obtenido de Eventos y Ferias para Emprendedores y Startups en 2023: <https://rincondelemprendedor.es/eventos-y-ferias-para-emprendedores-y-startups/>
- EVENTOS ECUADOR. (s.f.). *EL CALENDARIO DE FERIAS Y EVENTOS* . Obtenido de <https://eventosecuador.com/quienes-somos/>
- Feldman, M. P. . (2001). The entreoreneural event revisited. En M. P. Feldman, *Industrial and corporate change* (págs. 861-891).
- Fernández, P. V. (2019). competencies and cognitive antecedents in shaping student’s entrepreneurial intention: the moderating role of. En A. Montes-Merino, & Rodríguez-Ariza,, *entrepreneurship education. International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(1), 281-305. (pág. 281).
- García, J. (2022). *Como iniciar un negocio desde cero*. Colombia: Misión.
- Herruzo, G. E. (2022). *EMPREDIMIENTO E INNOVACIÓN; OPORTUNIDADES PARA TODOS*. <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-empredimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>: ISBN: 978-84-1324-379-5.
- INEC. (2021). *Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral%20enero-marzo%202021\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral%20enero-marzo%202021_Mercado_Laboral.pdf)
- Iturriaga, M. B. (2016). *Del emprendimiento individual a la capacidad emprendedora de nuestras organizaciones*. Deusto: Boletín de Estudios Económicos.
- López, C. K. (2021). *EL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ANALÍTICOY LA FIDELIDAD DE LOS CLIENTES DEL SUPERMERCADO PLAZA VEA TACNA, AÑO 2020*. Obtenido de

- <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1857/Lopez-Chacon-Kevin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- MINISTERIO DE PRODUCCIÓN COMERCIO EXTERIOR . (2023). *FERIA COSMOPROF 2023*.  
Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/ecuador-participara-por-segundo-ano-consecutivo-en-la-feria-cosmoprof-2023/>
- Montero, G. S. (2021). Guayaquil Emprendedor Análisis del periodo 2020. *EPICO* , 5-10.
- Monteros, E. (2005). *diseño de estrategias de marketing digital para la promoción de Marca*.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19306/Rodr%c3%adguez\\_SJD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19306/Rodr%c3%adguez_SJD.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Navarro, B. (2017). *Mba&educación ejecutiva*. Obtenido de <https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/estas-son-las-5-barreras-del-emprendimiento-en-america-latina>
- Nieto, B. G. (2018). El influencer: herramienta clave en el contexto digital de la publicidad engañosa. *Universidad Internacional de la Rioja España*.
- NODO Universitario. (13 de 12 de 2021). *blogs.ugto.mx*. Obtenido de <https://blogs.ugto.mx/rea/clase-digital-4-definicion-del-alcance-de-la-investigacion-que-se-realizara-exploratorio-descriptivo-correlacional-o-explicativo/>
- Ortiz, A.C. (2017). *El emprendimiento y su efecto en el desarrollo económico y social en el Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/40916/1/T-ORTIZ%20ADELA%20CESIBEL.pdf>
- Philip Kotler, H. K. (2017). *Philip Kotler, Hermawan Kartajaya y Iwan Setiawan*. Decima Edicion: Prentice Hall.
- PRIMICIAS. (2023). *MUNICIPIO DE GUAYAQUIL RECTIFICA Y ANUNCIA RESPALDO A LAS FERIAS* .  
Obtenido de [www.primicias.ec/noticias/sociedad/municipio-guayaquil-auspicios-ferias/](http://www.primicias.ec/noticias/sociedad/municipio-guayaquil-auspicios-ferias/)
- Rudibel, P. L. (Julio a Sept de 2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. (E. C. Río, Ed.) *Rev cuba cienc informat vol.12 no.3 La Habana jul.-set. 2018*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2227-18992018000300014&script=sci\\_arttext&tIng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2227-18992018000300014&script=sci_arttext&tIng=pt)
- Saavedra, C. (2020). *PLAN DE MUEBLES MULTIFUNCIONALES*. Bogotá: CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC. Obtenido de <https://www.unitec.edu.co/sites/default/files/inline-files/plan-de-muebles-multifuncionales.pdf>
- Selman, H. (2017). *Marketing Digital*. California: IBUKKU.
- Skok, D. (2022). Fundador de Venrock.
- Solange, Z. B. (2018). La importacia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *ESPACIOS*, 15.
- Steiner, A. (2022). *ESTRATEGIA DIGITAL PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO*. [https://digitalstrategy.undp.org/documents/Digital-Strategy-2022-2025-Full-Documents\\_ES\\_Interactive.pdf](https://digitalstrategy.undp.org/documents/Digital-Strategy-2022-2025-Full-Documents_ES_Interactive.pdf).

- Suárez, R. O. (2022). *Marketing digital y estrategias de negocios para el posicionamiento competitivo de las empresas* . <https://www.uteg.edu.ec/wp-content/uploads/2022/10/L4-2020.pdf>: ISBN: 978-9942-757-87-6.
- Swift. (2018). Cómo mejorar las relaciones con los clientes. En Rodríguez, *MArketin Digital* (pág. 22).
- Torres, R. (2018). *La efectividad del uso del marketing digital como estrategia para el posicionamiento de las pymes para el sector comercio*.  
[file:///C:/Users/jose/Downloads/2947-Texto%20del%20art%C3%83\\_culo-3954-7-10-20190307.pdf](file:///C:/Users/jose/Downloads/2947-Texto%20del%20art%C3%83_culo-3954-7-10-20190307.pdf).
- UESS. (2022). *Competencias Profesionales* . Guayaquil : <https://uees.edu.ec/wp-content/uploads/2022/12/Gestion-en-Medios-y-Contenidos.pdf>.

