

Análisis de viabilidad para la creación de una microempresa en Shushufindi (Original)

Feasibility analysis for the creation of a microenterprise in Shushufindi (Original)

Ronny Santiago Fonseca Carranza. Estudiante de Tecnología Superior de la carrera

Administración. Instituto Superior Tecnológico CEMPLAD. Quito. Ecuador.

rsfc_86@hotmail.com 

Ruth Salomé Parra Gutiérrez. Licenciada en Artes Plásticas. Magíster en Gestión Cultural.

Instituto Superior Tecnológico CEMPLAD. Quito. Ecuador. salomé.parra@cemlad.edu.ec 

Recibido: 19-09-2025/Aceptado: 02-02-2026

Resumen

El emprendimiento en el sector de la construcción constituye una alternativa importante para el desarrollo económico local, especialmente en territorios donde el crecimiento urbano genera una demanda constante de materiales y servicios asociados. En este contexto, el artículo tiene como objetivo evaluar la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de materiales de construcción, de plomería y de electricidad en la ciudad de Shushufindi, Ecuador. La investigación se desarrolló mediante un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. Se aplicaron encuestas a clientes potenciales del sector de la construcción y entrevistas a comerciantes locales para identificar el comportamiento del mercado, el nivel de competencia y las necesidades insatisfechas de los consumidores.

Asimismo, se realizó un análisis financiero preliminar para estimar la inversión inicial, los costos operativos y la proyección de ingresos. Los resultados evidenciaron una demanda creciente de materiales de construcción en la zona, impulsada por el desarrollo urbano y la expansión de

proyectos habitacionales. Además, se identificaron oportunidades de mercado relacionadas con la disponibilidad inmediata de productos y la atención personalizada al cliente. El análisis financiero indicó que la creación de la microempresa es viable, siempre que se implemente una adecuada estrategia de gestión comercial y control de costos. Se concluyó que la creación de una microempresa comercializadora de materiales de construcción, plomería y electricidad en Shushufindi representa una alternativa viable para el emprendimiento local, contribuyendo al dinamismo económico y a la generación de empleo en el territorio.

Palabras clave: desarrollo local; emprendimiento; factibilidad; materiales de construcción; microempresa.

Abstract

Entrepreneurship in the construction sector constitutes an important alternative for local economic development, especially in territories where urban growth generates a constant demand for materials and associated services. In this context, this article aims to evaluate the feasibility of creating a microenterprise dedicated to the commercialization of construction, plumbing, and electrical materials in the city of Shushufindi, Ecuador. The research was conducted using a mixed approach, combining quantitative and qualitative methods. Surveys were applied to potential customers in the construction sector, and interviews were conducted with local merchants to identify market behavior, the level of competition, and unmet consumer needs. Likewise, a preliminary financial analysis was carried out to estimate the initial investment, operating costs, and revenue projections. The results showed a growing demand for construction materials in the area, driven by urban development and the expansion of housing projects. Additionally, market opportunities related to immediate product availability and personalized customer service were identified. The financial analysis indicated that the creation of the

microenterprise is feasible, provided that an appropriate commercial management and cost control strategy is implemented. It was concluded that the creation of a microenterprise commercializing construction, plumbing, and electrical materials in Shushufindi represents a viable alternative for local entrepreneurship, contributing to economic dynamism and job creation in the territory.

Keywords: local development; entrepreneurship; feasibility; construction materials; microenterprise.

Introducción

En las últimas décadas, el emprendimiento se ha consolidado como uno de los principales mecanismos para dinamizar las economías locales, generar empleo y fortalecer los procesos de desarrollo territorial. Diversos estudios señalan que la creación de micro y pequeñas empresas constituye una estrategia clave para impulsar el crecimiento económico en regiones donde las oportunidades laborales son limitadas y el desarrollo productivo depende, en gran medida, de iniciativas locales (Acs et al., 2013; Quima et al., 2026).

En América Latina, el emprendimiento ha adquirido una relevancia creciente como alternativa para reducir las brechas del desarrollo económico y fomentar la innovación en sectores productivos tradicionales. Investigaciones recientes indican que las microempresas representan más del 90 % del tejido empresarial en la región, contribuyendo significativamente a la generación de empleo y al fortalecimiento de los mercados locales (Kantis et al. 2024; Aparicio et al., 2026).

En este escenario, el desarrollo de microempresas vinculadas al comercio de materiales de construcción adquiere una importancia particular dentro de las economías locales. Diversos estudios han señalado que este tipo de emprendimiento contribuye no solo al abastecimiento de

insumos necesarios para el desarrollo de proyectos habitacionales y obras de infraestructura, sino también al fortalecimiento de las cadenas productivas regionales. Bayon et al. (2015) señalan que el desarrollo de iniciativas empresariales relacionadas con la comercialización de materiales de construcción contribuye a dinamizar los mercados locales, promoviendo la generación de empleo y el fortalecimiento de la actividad económica en territorios que se encuentran inmersos en procesos de expansión urbana.

Dentro de este contexto, estudios recientes plantean que el crecimiento urbano y el incremento de proyectos habitacionales han generado una demanda sostenida de materiales de construcción, de plomería y de electricidad en ciudades intermedias y en zonas en proceso de expansión (Bayon et al., 2015; Pinzón et al., 2022).

En el caso de Ecuador, el desarrollo urbano y la expansión de la infraestructura han impulsado la necesidad de fortalecer las cadenas de suministro relacionadas con el sector de la construcción. De acuerdo con diversos análisis económicos, las microempresas dedicadas a la comercialización de materiales de construcción desempeñan un papel fundamental en la distribución de los insumos para las obras civiles, las viviendas y los proyectos de infraestructura local (Rodríguez, 2024).

La ciudad de Shushufindi, ubicada en la provincia de Sucumbíos, Ecuador, ha experimentado en los últimos años un proceso progresivo de crecimiento urbano y expansión comercial. Este fenómeno ha incrementado la demanda de materiales para la construcción, así como de productos relacionados con instalaciones eléctricas y sistemas de plomería. Sin embargo, el mercado local aún presenta limitaciones en la disponibilidad de productos, en la diversidad de la oferta y en la calidad del servicio comercial.

Ante esta situación, resulta pertinente desarrollar estudios de factibilidad que permitan evaluar la viabilidad de nuevos emprendimientos orientados a satisfacer las necesidades del mercado local (Nurhusna et al., 2024). En este sentido, el objetivo del artículo consiste en evaluar la factibilidad para la creación de una microempresa comercializadora de materiales de construcción, plomería y electricidad en la ciudad de Shushufindi, mediante el análisis de las condiciones del mercado local, las características de la demanda y las proyecciones financieras del emprendimiento.

Materiales y métodos

La investigación se desarrolló mediante un enfoque metodológico mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos con el propósito de obtener una comprensión integral del mercado de materiales de construcción en la ciudad de Shushufindi. En el estudio se analizaron las características del mercado local y las condiciones de factibilidad para la creación de una microempresa comercializadora de materiales de construcción, de plomería y de electricidad.

La población estuvo conformada por trabajadores del sector de la construcción, maestros de obra, contratistas, propietarios de viviendas y comerciantes relacionados con la actividad constructiva en la ciudad de Shushufindi. Se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia: fueron seleccionados 50 participantes vinculados al sector de la construcción, quienes constituyeron la muestra del estudio.

Se emplearon como técnicas: la encuesta estructurada, dirigida a potenciales clientes del sector de la construcción; las entrevistas semiestructuradas, realizadas a comerciantes de materiales de construcción y la revisión documental, relacionada con estudios sobre emprendimiento y factibilidad empresarial.

Microempresa en Shushufindi

El instrumento principal fue un cuestionario compuesto por preguntas cerradas que permitieron identificar: frecuencia de compra de materiales, productos más demandados, factores de decisión de compra y el nivel de satisfacción con establecimientos existentes. Los datos obtenidos fueron analizados mediante la estadística descriptiva, utilizando frecuencias y porcentajes para identificar tendencias del mercado local.

El proceso de recolección de la información se desarrolló durante un periodo de cuatro semanas, en el cual se aplicaron las encuestas a los participantes seleccionados en diferentes sectores de la ciudad de Shushufindi. Posteriormente, la información obtenida fue sistematizada mediante la elaboración de matrices de datos que permitieron organizar las respuestas de los participantes. Este proceso facilitó la identificación de patrones de comportamiento en el mercado local, así como la determinación de los productos con mayor demanda y los factores que influyen en la decisión de compra de los consumidores.

Análisis y discusión de los resultados

Con el objetivo de conocer las características de los potenciales consumidores del sector de materiales de construcción en la ciudad de Shushufindi, se realizó una encuesta a 50 participantes vinculados directa o indirectamente con actividades relacionadas con la construcción.

Con el propósito de caracterizar a los participantes del estudio y comprender su vinculación con el sector de la construcción, se analizó la actividad laboral de los encuestados. En la tabla 1 se presenta la distribución de los encuestados según su actividad laboral.

Tabla 1. Caracterización de los encuestados según actividad laboral

Actividad	Frecuencia	Porcentaje
Maestro de obra	16	32 %
Trabajador de la construcción	14	28 %

Propietario de vivienda	12	24 %
Contratista	8	16 %

Fuente: elaboración propia

Los resultados evidencian que la mayoría de los encuestados pertenece a ocupaciones directamente relacionadas con la actividad constructiva, en las que se destacan los maestros de obra (32 %) y los trabajadores de la construcción (28 %), quienes en conjunto representan el 60 % de la muestra. Este hallazgo garantiza la pertinencia de la información recopilada, dado que estos actores participan activamente en la toma de decisiones de compra de materiales.

Asimismo, la presencia de propietarios de viviendas (24 %) y de contratistas (16 %) permite complementar la visión del mercado desde una perspectiva más amplia, incorporando tanto la demanda directa como la planificación de proyectos.

Frecuencia en la compra de materiales

Con el objetivo de analizar la dinámica de consumo en el mercado local, se evaluó la frecuencia con la que los encuestados adquieren materiales de construcción. Este indicador permite identificar el nivel de rotación de los productos y la estabilidad de la demanda, elementos claves para determinar la viabilidad comercial del emprendimiento. En la tabla 2 se presenta la frecuencia de adquisición de materiales por parte de los participantes del estudio.

Tabla 2. Frecuencia de adquisición de materiales de construcción

Frecuencia	Cantidad de encuestados	%
Semanal	18	36 %
Quincenal	15	30 %
Mensual	12	24 %
Esporádica	5	10 %

Fuente: elaboración propia

Microempresa en Shushufindi

Los resultados muestran que existe una demanda constante en el mercado local, evidenciada en que el 66 % de los encuestados adquiere materiales de construcción con una frecuencia semanal (36 %) o quincenal (30 %). Este comportamiento sugiere una alta rotación de productos, asociada al desarrollo continuo de obras y actividades de mantenimiento. Por otro lado, el 24 % realiza compras mensuales y un 10 % de forma esporádica, lo que refleja la existencia de segmentos de consumo más ocasionales.

Con el propósito de identificar las preferencias de consumo en el mercado local, se analizó la demanda de los principales productos relacionados con el sector de la construcción. Este análisis permitió determinar cuáles fueron los insumos con mayor rotación y relevancia comercial, información fundamental para la planificación del inventario y la definición de la oferta del emprendimiento. En la tabla 3 se presentan los productos más demandados por los encuestados.

Tabla 3. Productos más demandados en el mercado local

Producto	% de demanda
Cemento	82 %
Hierro	75 %
Tuberías PVC	70 %
Cables eléctricos	64 %
Accesorios de plomería	60 %

Fuente: elaboración propia

Los resultados evidencian que el cemento (82 %) y el hierro (75 %) constituyen los productos con mayor nivel de demanda, lo que refleja la predominancia de actividades constructivas estructurales en el mercado local. Asimismo, las tuberías de PVC (70 %) y los cables eléctricos (64 %) presentan una alta demanda, evidenciando la importancia de los sistemas hidráulicos y eléctricos en las obras.

Por su parte, los accesorios de plomería (60 %) también mantienen una participación significativa, lo que confirma la necesidad de ofrecer una gama diversificada de productos. En conjunto, estos hallazgos sugieren que el emprendimiento debe priorizar un inventario enfocado en insumos estructurales y de instalación, garantizando disponibilidad constante para satisfacer las necesidades del mercado y fortalecer su competitividad. Estos resultados evidencian que los insumos estructurales y los relacionados con instalaciones hidráulicas y eléctricas constituyen los productos más solicitados en el mercado local.

Factores que influyen en la decisión de compra

Con el fin de comprender los criterios que influyen en la decisión de compra de los consumidores, se analizaron los principales factores que determinan la elección de un establecimiento comercial en el sector de materiales de construcción. Este análisis resulta fundamental para el diseño de estrategias comerciales efectivas, orientadas a captar y fidelizar clientes. En la tabla 4 se presentan los factores más relevantes considerados por los encuestados.

Tabla 4. Factores determinantes en la elección del establecimiento comercial

Factor	Porcentaje
Precio competitivo	40 %
Disponibilidad inmediata	35 %
Calidad del producto	15 %
Atención al cliente	10 %

Fuente: elaboración propia

Los resultados evidencian que el precio competitivo (40 %) y la disponibilidad inmediata de productos (35 %) constituyen los factores más influyentes en la decisión de compra, lo que pone de manifiesto la importancia de mantener una estrategia comercial orientada a la accesibilidad económica y a la eficiencia en el abastecimiento. En menor medida, la calidad del

producto (15 %) y la atención al cliente (10 %) también son valoradas, aunque con menor peso relativo en la elección del establecimiento.

Análisis de viabilidad económica preliminar

Como parte del análisis de factibilidad económica del emprendimiento, se realizó una estimación preliminar de la inversión inicial requerida para la puesta en marcha de la microempresa. Este análisis permite dimensionar los recursos financieros necesarios para cubrir los principales componentes operativos. En la tabla 5 se detallan los rubros estimados de inversión inicial.

Tabla 5. Estimación inicial de inversión

Concepto	Valor aproximado (USD)
Inventario inicial	8,000
Adecuación del local	2,500
Equipamiento	1,500
Capital de trabajo	3,000
Total estimado	15,000

Fuente: elaboración propia

La estimación total de inversión asciende a USD 15,000, siendo el inventario inicial el componente de mayor peso (53.3 %), lo que evidencia la naturaleza comercial del emprendimiento y la necesidad de contar con una oferta suficiente y variada de productos desde el inicio de las operaciones. Por su parte, el capital de trabajo (20 %) resulta fundamental para garantizar la liquidez en las primeras etapas del negocio, permitiendo cubrir gastos operativos y asegurar la continuidad de las actividades. Los costos asociados a la adecuación del local (16.7

%) y al equipamiento (10 %) reflejan una inversión moderada en infraestructura, lo cual es coherente con el tamaño proyectado de la microempresa.

Con el objetivo de evaluar la rentabilidad potencial del emprendimiento, se elaboró una proyección preliminar de ingresos y costos operativos mensuales. Este análisis permite estimar la capacidad del negocio para generar utilidades y sostener sus operaciones en el tiempo, constituyéndose en un elemento clave dentro del estudio de factibilidad económica. En la tabla 6 se presentan los valores estimados de ventas, costos y utilidad mensual del proyecto.

Tabla 6. Proyección de ingresos mensuales

Concepto	Valor estimado en USD
Ventas promedio mensuales	6,500
Costos operativos	4,200
Utilidad estimada	2,300

Fuente: elaboración propia

Los resultados muestran que el emprendimiento podría generar ingresos mensuales promedio de USD 6,500, frente a los costos operativos estimados de USD 4,200, lo que se traduce en una utilidad aproximada de USD 2,300. Este margen representa cerca del 35.4 % sobre las ventas, lo cual indica un nivel de rentabilidad favorable para una microempresa del sector comercial. Asimismo, la relación entre ingresos y costos sugiere que el negocio tendría la capacidad de cubrir sus gastos operativos y de generar excedentes económicos desde sus primeras etapas, siempre que se mantenga una adecuada gestión financiera y un control de los costos. En este sentido, la proyección respalda la viabilidad económica del proyecto y evidencia un escenario favorable para la recuperación de la inversión inicial en el corto o mediano plazo.

A partir de los resultados obtenidos en el análisis financiero preliminar, se puede estimar que el emprendimiento presenta condiciones favorables de sostenibilidad económica en el

mediano plazo. La relación entre ingresos proyectados y costos operativos evidencia que el negocio podría generar márgenes de rentabilidad que permitan cubrir los gastos de operación y recuperar la inversión inicial en un periodo estimado de uno a dos años.

Asimismo, la estabilidad de la demanda observada en el mercado local sugiere que el negocio podría mantener un flujo constante de ventas, especialmente si se implementan estrategias comerciales orientadas a la fidelización de clientes y a la diversificación de productos disponibles.

Con el propósito de complementar el análisis de factibilidad del emprendimiento propuesto, se realizó un análisis estratégico utilizando la matriz FODA. Este análisis permitió identificar las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas asociadas a la creación de una microempresa comercializadora de materiales de construcción en la ciudad de Shushufindi.

En el marco del análisis integral de factibilidad del emprendimiento y con base en los resultados obtenidos en el estudio de mercado y en el financiero previamente expuestos, se procedió a identificar los factores internos y externos que pueden influir en el desarrollo del negocio. En este contexto, se aplicó la matriz FODA como herramienta estratégica para sintetizar las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del emprendimiento. Los resultados se presentan en la tabla 7.

El análisis FODA evidencia que el emprendimiento cuenta con condiciones internas favorables, especialmente relacionadas con el conocimiento del mercado local, la posibilidad de ofrecer atención personalizada y una ubicación estratégica, aspectos que pueden facilitar su posicionamiento inicial. Asimismo, las oportunidades identificadas, como la expansión urbana y el incremento de actividades constructivas en la región, refuerzan la existencia de un entorno

propicio para el desarrollo del negocio. No obstante, se reconocen debilidades relevantes como el capital inicial limitado y la escasa experiencia en gestión empresarial, que podrían afectar la consolidación del emprendimiento en sus primeras etapas.

Tabla 7. Análisis FODA del emprendimiento propuesto

Fortalezas	Oportunidades
Creciente demanda de materiales de construcción en la ciudad.	Expansión urbana y desarrollo de proyectos habitacionales.
Conocimiento del mercado local.	Incremento de actividades de construcción en la región.
Posibilidad de ofrecer atención personalizada.	Mayor demanda de insumos para mantenimiento de viviendas.
Ubicación estratégica del negocio.	Potencial crecimiento del sector comercial.
Debilidades	Amenazas
Capital inicial limitado.	Competencia de establecimientos ya posicionados.
Dependencia de proveedores externos.	Variación de los precios de los materiales en el mercado.
Escasa experiencia inicial en gestión empresarial.	Fluctuaciones económicas que afectan al sector de la construcción.
Necesidad de posicionamiento en el mercado.	Cambios en regulaciones comerciales o tributarias.

Fuente: elaboración propia.

Como parte del análisis prospectivo del estudio de factibilidad, se realizó una estimación del crecimiento del mercado de materiales de construcción en la ciudad de Shushufindi para el periodo 2025-2030. Este ejercicio permite anticipar la evolución del entorno económico en el que operará el emprendimiento, considerando factores asociados al desarrollo urbano, a la inversión en infraestructura y a la dinámica comercial local. La proyección se fundamenta en las

tendencias observadas en el mercado actual y en el comportamiento del sector de la construcción en contextos similares. En la tabla 8 se presenta la estimación del crecimiento del mercado y los factores asociados a dicha evolución.

Tabla 8. Proyección estimada del crecimiento del mercado de materiales de construcción en Shushufindi (2025-2030)

Año	Crecimiento estimado del mercado (%)	Factores asociados
2025	4 %	Incremento de las remodelaciones y del mantenimiento de las viviendas.
2026	5 %	Expansión urbana y nuevos proyectos habitacionales.
2027	5.5 %	Mayor inversión en infraestructura local.
2028	6 %	Consolidación de actividades comerciales y de urbanización.
2029	6.5 %	Incremento del comercio de materiales especializados.
2030	7 %	Crecimiento sostenido del sector de la construcción.

Fuente: elaboración propia.

Los resultados proyectados evidencian una tendencia al crecimiento progresivo del mercado, pasando de un 4 % en 2025 a un 7 % en 2030, lo que refleja una dinámica positiva sostenida en el sector de la construcción. Este comportamiento se explica principalmente por factores como la expansión urbana, el incremento de proyectos habitacionales y la mayor inversión en infraestructura local, elementos que impulsan la demanda de materiales de construcción. Asimismo, el crecimiento del comercio de insumos especializados y la consolidación de actividades comerciales sugieren un proceso de maduración del mercado.

Desde una perspectiva estratégica, esta tendencia refuerza la viabilidad del emprendimiento, al evidenciar un entorno favorable para su desarrollo en el mediano y largo plazo. En consecuencia, la proyección del mercado no solo valida la oportunidad de negocios,

sino que también orienta la planificación futura del emprendimiento en términos de expansión, diversificación de productos y fortalecimiento de su posicionamiento competitivo.

Como se puede apreciar, el análisis prospectivo del mercado constituye una herramienta relevante en los estudios de factibilidad empresarial, ya que permite estimar las condiciones futuras de crecimiento de un sector económico determinado. En el caso del sector de la construcción, diversos estudios han señalado que el crecimiento urbano, la expansión de proyectos habitacionales y la inversión en infraestructura generan un aumento sostenido en la demanda de materiales de construcción (Bayon et al., 2015; Quima et al., 2026).

En este sentido, la proyección presentada sugiere que el mercado de materiales de construcción en la ciudad de Shushufindi podría experimentar un crecimiento progresivo durante los próximos años, impulsado principalmente por el desarrollo urbano y la expansión de actividades comerciales vinculadas al sector de la construcción. Este comportamiento coincide con lo planteado por Pinzón et al. (2022), quienes señalan que las economías locales en proceso de expansión tienden a generar oportunidades para el desarrollo de microempresas dedicadas a la comercialización de insumos para obras civiles y proyectos habitacionales.

Asimismo, la tendencia de crecimiento estimada refuerza la viabilidad del emprendimiento propuesto, ya que evidencia la existencia de un mercado potencial que podría sostener la actividad comercial de una microempresa dedicada a la distribución de materiales de construcción, plomería y electricidad. Desde la perspectiva del desarrollo territorial, iniciativas empresariales de este tipo pueden contribuir al fortalecimiento de los mercados locales y a la generación de empleo en contextos urbanos en crecimiento (Acs et al., 2013; Aparicio et al., 2026).

A todo lo anterior se debe añadir que los resultados obtenidos en el presente estudio evidencian que el mercado de materiales de construcción en la ciudad de Shushufindi presenta condiciones favorables para el desarrollo de iniciativas empresariales orientadas a la comercialización de insumos para la construcción. Este hallazgo coincide con investigaciones que destacan el papel del emprendimiento en la dinamización de las economías locales, especialmente en territorios donde el crecimiento urbano genera nuevas demandas comerciales (Acs et al., 2013).

De acuerdo con Quima et al. (2026), el crecimiento del emprendimiento en economías emergentes está estrechamente vinculado a la identificación de oportunidades de mercado en sectores con alta demanda, como ocurre en el caso del sector de la construcción. En este sentido, las microempresas dedicadas a la comercialización de materiales de construcción cumplen una función estratégica en la cadena de suministro de proyectos habitacionales y obras civiles (Blank & Dorf, 2020).

Asimismo, Aparicio et al. (2026) señalan que los ecosistemas emprendedores regionales favorecen el surgimiento de microempresas cuando existen condiciones de mercado que permiten la sostenibilidad de nuevos negocios. En el caso analizado, la frecuencia de compra de materiales y la diversidad de productos demandados reflejan una dinámica comercial que puede favorecer la consolidación de una microempresa en el territorio.

En relación con los factores que influyen en la decisión de compra, los resultados coinciden con estudios realizados por Pinzón et al. (2022), quienes señalan que la disponibilidad inmediata de productos y los precios competitivos constituyen variables determinantes en el comportamiento de los consumidores dentro del sector de la construcción.

Desde una perspectiva financiera, los resultados obtenidos sugieren que el emprendimiento propuesto podría alcanzar niveles de rentabilidad aceptables en un periodo relativamente corto. Este hallazgo coincide con investigaciones de Aparicio et al. (2026), quienes destacan que las microempresas comerciales pueden lograr sostenibilidad económica cuando desarrollan estrategias de gestión orientadas a la eficiencia operativa y a la fidelización de clientes.

Los resultados obtenidos también evidencian la importancia de los estudios de factibilidad como herramienta fundamental para la toma de decisiones empresariales. Diversos autores señalan que el análisis previo de las condiciones del mercado permite reducir la incertidumbre asociada a la creación de nuevos negocios y facilita la identificación de oportunidades comerciales viables (Nurhusna et al., 2024). En este sentido, la información recopilada en el presente estudio proporciona elementos relevantes para comprender las dinámicas de consumo de materiales de construcción en el contexto local.

Por otra parte, los hallazgos relacionados con la frecuencia de compra de materiales y los factores que influyen en la decisión de los consumidores coinciden con investigaciones recientes sobre comportamiento del cliente en mercados comerciales. Los resultados obtenidos confirman que la consolidación de microempresas comerciales en sectores estratégicos puede contribuir significativamente al fortalecimiento de las economías locales. Según Kantis et al. (2024), los emprendimientos orientados a satisfacer necesidades específicas del mercado tienden a generar impactos positivos en el desarrollo territorial, especialmente cuando se articulan con las dinámicas productivas del entorno.

En este contexto, la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de materiales de construcción, de plomería y de electricidad en la ciudad de Shushufindi no solo

representa una oportunidad de negocio viable, sino también una alternativa para fortalecer el desarrollo económico local y contribuir al crecimiento del sector productivo.

Conclusiones

1. El estudio realizado permitió determinar que existe una demanda significativa de materiales de construcción, de plomería y de electricidad en la ciudad de Shushufindi, lo cual genera condiciones favorables para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de estos productos.

2. Los resultados evidencian que los consumidores valoran principalmente la disponibilidad de productos, los precios competitivos y la calidad del servicio, aspectos que deben ser considerados como elementos claves en la estrategia de gestión del negocio.

3. Desde el punto de vista financiero, el análisis preliminar sugiere que el proyecto empresarial es viable, siempre que se mantenga una adecuada planificación administrativa, un control eficiente de los costos y una estrategia comercial orientada a la fidelización de clientes.

4. Finalmente, la creación de esta microempresa podría contribuir al fortalecimiento del desarrollo económico local, generando oportunidades de empleo y apoyando el crecimiento del sector de la construcción en la ciudad de Shushufindi.

Referencias bibliográficas

Acs, Z., Audretsch, D. & Lehmann, E. (2013). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small business economics*, 41(4), 757-774.

<https://doi.org/10.1007/s11187-013-9505-9>

- Aparicio, S., Hughes, M., Audretsch, D. & Urbano, D. (2026). Incentivizing knowledge institutions for entrepreneurship and society. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 32(3), 622-647. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2022-0652>
- Bayon, M. C., Vaillant, Y. & Lafuente, E. (2015). Antecedents of perceived entrepreneurial ability in Catalonia: the individual and the entrepreneurial context. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-015-0020-0>
- Blank, S. & Dorf, B. (2020). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. John Wiley & Sons.
https://smeportal.unescwa.org/sites/default/files/2019-12/The_Startup_Owner%20s_Manual-A%20step%20by%20step%20guide%20for%20building%20a%20great%20company.pdf
- Kantis, H., Federico, J. & Romaní, G. (2024). El acceso a financiación temprana en los ecosistemas de América Latina: un análisis comparativo desde una perspectiva sistémica. *Economía Industrial*, (432), 79-93.
https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/432/10KANTIS_EI432_web.pdf
- Nurhusna, N., Rapi, M. & Shafariana, S. (2024). The Impact of Persuasive Writing Learning Model on Students' Entrepreneurial Spirit. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 13(2), 282-294. <https://doi.org/10.26499/rmh.v13i2.7684>
- Pinzón, N., Montero, J. & González-Pernía, J. L. (2022). The influence of individual characteristics on getting involved in an entrepreneurial team: The contingent role of individualism. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18(3), 1103-1140. <https://doi.org/10.1007/s11365-021-00768-0>

Quima, J. A., Tavares, S. E., de Sousa, B. A., Vaughan, L. L. T., Cangué, F. J. R. & Gomes, J. A.

(2026). Motivations for entrepreneurship in Angola: necessity, opportunity and innovation in the context of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). *Revista Caderno Pedagógico*, 23 (1). <https://doi.org/10.54033/cadpedv23n1-228>

Rodríguez, C. (2024). La Educación Comparada entre lo global y lo local. *Revista Española de Educación Comparada*, (46), 42–65. <https://doi.org/10.5944/reec.46.2025.41831>