



DOI: <https://doi.org/10.46296/yc.v10i19.0930>

DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y CONTRIBUCIÓN EN EL DESARROLLO DE LAS MIPYMES DE JIPIJAPA

PRODUCT DIVERSIFICATION AND CONTRIBUTION TO THE DEVELOPMENT OF SMES IN JIPIJAPA

Morán-Chilán Jessenia Herminia ¹; Villanueva-Caicedo Dariett Ernesto ²

¹ Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador.

Correo: jessenia.moran@unesum.edu.ec ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3853-6017>

² Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador. Correo: villanueva-

dariett6291@unesum.edu.ec. ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-3941-1188>

Resumen

La diversificación de productos se convierte en una estrategia clave para el desarrollo de competitividad de las Mipymes en Jipijapa, debido a la generación de nuevas oportunidades de empleabilidad y la dinamización de la economía local, determinando el mercado con factores como la innovación, la planificación y la sostenibilidad. El presente estudio utilizó un enfoque cuali- cuantitativo, con un diseño no experimental y de tipo transversal, aplicando una muestra de 450 Mipymes. En cuanto a los resultados obtenidos reflejan que la mayoría de los microempresarios tiene una visión positiva sobre la diversificación, es decir el 92% afirma no depender de un solo producto y el 88% dice que esta reduce los riesgos económicos. Además, el 96% considera que la innovación es clave para que la diversificación funcione bien, y el 86% destaca la importancia de tener una buena estrategia. También, el 90% afirma que diversificar mejora la competitividad del negocio. En general, se concluye que la diversificación es una herramienta muy importante para crecer y mantenerse en el mercado, aunque su éxito depende de una buena planificación, innovación constante y el fortalecimiento del negocio.

Palabras claves: Expansión de mercado, toma de decisiones.

Abstract

Product diversification has become a key strategy for developing the competitiveness of MSMEs in Jipijapa, as it generates new employment opportunities and stimulates the local economy, shaping the market through factors such as innovation, planning, and sustainability. This study employed a mixed-methods approach (qualitative and quantitative) using a non-experimental, cross-sectional design and a sample of 450 MSMEs. The results indicate that the majority of micro-entrepreneurs hold a positive view of diversification: 92% state that they do not rely on a single product, and 88% report that diversification reduces economic risks. Furthermore, 96% consider innovation essential for successful diversification, while 86% emphasize the importance of having a sound strategy. Additionally, 90% affirm that diversification enhances business competitiveness. Overall, the study concludes that diversification is a vital tool for growth and market survival, although its success depends on effective planning, constant innovation, and strengthening the business.

Keywords: Market expansion, decision-making.

Información del manuscrito:

Fecha de recepción: 08 de enero de 2026.

Fecha de aceptación: 17 de marzo de 2026.

Fecha de publicación: 10 de julio de 2026.



1. Introducción

Las micro pequeñas y medianas empresas (Mypymes) constituyen un pilar fundamental en el desarrollo económico local, especialmente en el cantón Jipijapa, donde desempeñan un rol clave en la generación de empleo, dinamización de la economía y fortalecimiento del tejido productivo. Sin embargo, estas unidades económicas enfrentan diversos desafíos asociados a la competitividad, la innovación y la sostenibilidad, lo que limita su crecimiento y permanencia en el mercado.

La diversificación de productos se presenta como una estrategia relevante para mejorar la capacidad competitiva de las Mipymes, permitiendo de esta manera ampliar su oferta, acceder a nuevos segmentos de mercado y reducir los riesgos asociados a la dependencia de un solo producto o servicio. La implementación de procesos de diversificación no solo contribuye a la innovación empresarial, sino que también impulsa el desarrollo económico al generar mayores oportunidades de ingreso y estabilidad para los actores involucrados. A pesar de su

importancia, en el cantón Jipijapa se evidencia que muchas Mypymes presentan un limitante en la diversificación de sus productos, lo cual restringe su capacidad de adaptación frente a los cambios del entorno económico y las demandas del mercado. Por esta razón es necesario replantear la relación existente entre la diversificación productos y el desarrollo empresarial en este sector.

Diversificación

Según (Clavijo, 2023) La diversificación constituye una estrategia empresarial orientada a la expansión de la oferta mediante la incorporación de nuevos bienes o servicios, o la modificación de los existentes, con el propósito de acceder a nuevos mercados y fortalecer la competitividad organizacional. Este enfoque permite a las empresas explorar oportunidades que no habían sido previamente consideradas, ampliando su alcance comercial y generando nuevas fuentes de ingreso.

Desde una perspectiva estratégica, la diversificación implica no solo la creación de nuevos productos, sino también la adaptación de la empresa



a entornos dinámicos y altamente competitivos. En este sentido, puede desarrollarse a través de diferentes modalidades, como la diversificación relacionada cuando los nuevos productos guardan similitud con la actividad principal o no relacionada, en la cual la empresa incursiona en sectores completamente distintos.

La diversificación, de acuerdo con el enfoque planteado por (Torreblanca, 2020) constituye una estrategia empresarial orientada a ampliar el alcance del mercado mediante la incorporación de nuevos productos, servicios o líneas de negocio, así como la incursión en segmentos de clientes diferentes a los tradicionales. Esta estrategia permite a las organizaciones no solo impulsar su crecimiento, sino también reducir riesgos asociados a la dependencia de un único mercado o producto. En este sentido, la diversificación implica un proceso de análisis e identificación de oportunidades en nuevos nichos, donde la empresa pueda generar valor y fortalecer su posicionamiento competitivo. Asimismo, se considera una herramienta clave para la adaptación a entornos cambiantes, ya que posibilita la innovación, la

reestructuración de actividades y la sostenibilidad empresarial a largo plazo.

Importancia de la diversificación

La relevancia de la diversificación de productos o la incursión en nuevos mercados radica en la búsqueda constante de oportunidades que permitan ampliar y consolidar la posición de una empresa dentro del mercado. En este sentido, diversificar contribuye a disminuir los riesgos derivados de depender exclusivamente de un solo producto o servicio, ya que, ante una posible caída en la demanda o el surgimiento de una competencia significativa, la organización puede equilibrar dichas pérdidas mediante la comercialización de otras líneas. Asimismo, al disponer de una oferta variada, la empresa tiene la capacidad de atender a distintos segmentos de clientes, adaptándose a sus necesidades específicas, lo que favorece tanto la ampliación de su cartera de consumidores como la fidelización de los ya existentes. (Parrales Robles & Tualombo Tituaña, 2026)

Impacto

Según (vera, 2021) La diversificación empresarial tiene un impacto

significativo en el valor y desempeño de las organizaciones, ya que influye directamente en su capacidad de crecimiento, competitividad y sostenibilidad en el mercado. Según el estudio, la implementación de estrategias de diversificación permite a las empresas reducir riesgos al no depender de una sola línea de negocio, lo que contribuye a una mayor estabilidad financiera frente a cambios en el entorno. Asimismo, se evidencia que la diversificación puede generar valor al ampliar las oportunidades de ingreso y mejorar el aprovechamiento de recursos internos. No obstante, su impacto no siempre es positivo, ya que dependerá del grado de relación entre las actividades diversificadas y la capacidad de gestión de la empresa, siendo más favorable cuando existe coherencia estratégica. En este sentido, la diversificación se configura como un factor determinante que puede potenciar o limitar el rendimiento empresarial, dependiendo de su adecuada planificación e implementación.

Tipos de diversificación

Diversificación relacionada (concéntrica)

La diversificación relacionada implica la expansión de la empresa hacia nuevas actividades que guardan conexión con su negocio principal, aprovechando recursos, capacidades y conocimientos ya existentes. Este tipo de diversificación permite generar sinergias, mejorar la eficiencia operativa y fortalecer la competitividad al integrar procesos o mercados afines. (Martin, et, & al, 2021)

Diversificación horizontal

La diversificación horizontal consiste en la incorporación de nuevos productos o servicios que están dirigidos al mismo mercado o tipo de cliente que ya atiende la empresa. Esta estrategia permite ampliar la oferta comercial sin alejarse de su segmento principal, aprovechando el conocimiento del cliente y los canales de distribución existentes. De este modo, contribuye a fortalecer la competitividad y a incrementar las oportunidades de crecimiento dentro del mismo mercado. (Xiaying Li, et , & la, 2022)



Diversificación Vertical

La diversificación vertical implica la integración y coordinación de múltiples actividades o niveles dentro de una estructura centralizada, donde existe un control estratégico desde una instancia superior. En este caso, se evidencia como un “mando vertical” que permite organizar, articular y gestionar diversos actores y procesos bajo una misma dirección. (De la Mora Barrios , 2022)

Diversificación conglomerada

La diversificación conglomerada se refiere a la expansión de la empresa hacia actividades o negocios que no guardan relación directa con su actividad principal. Esta estrategia implica incursionar en mercados completamente distintos, con el objetivo de distribuir el riesgo y aprovechar oportunidades en diferentes sectores. De este modo, permite reducir la dependencia de un solo rubro y fortalecer la estabilidad empresarial frente a cambios del entorno. (Oyola López , et, & la, 2021).

Diversificación de productos en las MIPYMES

La diversificación de productos se configura como una estrategia fundamental dentro de las MIPYMES, al permitirles adaptarse a entornos altamente competitivos y cambiantes. En el contexto de las empresas comerciales esta estrategia se vincula con otros factores clave como la innovación, la adopción de tecnologías y la capacitación empresarial, los cuales contribuyen de manera significativa al mejoramiento del desempeño organizacional. (Quimi Franco , Quimi Franco , Villacreses Flores , & Merizalde Andrade, 2023)

Influencia de la diversificación en el desempeño empresarial

La diversificación de productos influye directamente en el desempeño empresarial de las MIPYMES, al estar relacionada con factores como la competitividad, la innovación y la fidelización de clientes. Según los resultados del estudio, el bajo nivel de fidelización y la limitada captación de clientes reflejan la necesidad de implementar estrategias que impulsen la variedad y calidad de la oferta comercial. En este sentido, la diversificación

permite mejorar la percepción del cliente, incrementar la participación en el mercado y generar ventajas competitivas sostenibles frente a otras empresas. (Quimi Franco , Quimi Franco , Villacreses Flores , & Merizalde Andrade, 2023)

Diversificación como estrategia para el crecimiento y sostenibilidad

La diversificación se consolida como una estrategia clave para garantizar el crecimiento y la sostenibilidad de las MIPYMES, ya que facilita su adaptación a los cambios del entorno económico y fortalece su capacidad de respuesta ante escenarios adversos. El estudio propone la diversificación de productos como una de las principales estrategias para mejorar el desempeño empresarial, junto con la capacitación, el acceso a financiamiento y la digitalización. De esta manera, se evidencia que la diversificación no solo impacta en los resultados económicos, sino también en la estabilidad y permanencia de las empresas en el mercado. (Quimi Franco , Quimi Franco , Villacreses Flores , & Merizalde Andrade, 2023)

Importancia de la diversificación de productos en el desarrollo económico de Jipijapa

La diversificación de productos se entiende como la estrategia mediante la cual las empresas o territorios amplían la variedad de bienes y servicios que ofrecen al mercado, con el fin de adaptarse a los cambios en la demanda, reducir riesgos y fortalecer su posición competitiva. Esta práctica permite que las organizaciones no dependan de una sola fuente de ingresos, lo que contribuye a una mayor estabilidad económica y a la capacidad de enfrentar crisis o variaciones en los mercados.

En el caso del cantón Jipijapa, la diversificación productiva adquiere una relevancia especial debido a su economía tradicionalmente basada en actividades agrícolas y comerciales específicas. La incorporación de nuevas líneas de producción y servicios favorece el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsa la generación de empleo y promueve un desarrollo socioeconómico más equilibrado y sostenible en la localidad. Estos aspectos evidencian la importancia de diversificar la oferta



productiva como una estrategia clave para el progreso del territorio.

Reducción de la dependencia económica de un solo producto

Jipijapa ha sido históricamente reconocido por la producción de café, lo que ha generado una fuerte dependencia de este cultivo como principal fuente de ingresos. La diversificación permite incorporar otros productos agrícolas y comerciales, reduciendo el riesgo económico frente a crisis de precios, plagas o cambios en la demanda del mercado.

Impulso al desarrollo de las MIPYMES locales

La diversificación productiva fomenta la creación de nuevos negocios y la ampliación de líneas de productos en las micro, pequeñas y medianas empresas, lo que mejora su competitividad y sostenibilidad. Esto permite que las MIPYMES de Jipijapa se adapten a las necesidades del mercado y generen mayores ingresos y empleo en la localidad.

Aprovechamiento de las potencialidades productivas del territorio

El cantón posee una economía basada en la agricultura, ganadería, comercio, artesanías y turismo. Diversificar los productos permite aprovechar mejor estos recursos y fortalecer sectores que han sido poco explotados, como la producción artesanal o el turismo rural, contribuyendo al crecimiento económico del cantón.

Mejora de la estabilidad económica y generación de empleo

Al ampliar la oferta de productos y servicios, las empresas pueden acceder a nuevos mercados y aumentar sus ventas. Esto genera más oportunidades laborales y dinamiza la economía local, lo que impacta positivamente en el desarrollo socioeconómico de la población de Jipijapa.

2. Metodología

Enfoque Mixto

Hernández, Fernández & Baptista (2010), los métodos mixtos representan un conjunto de procesos

sistemáticos, empíricos y críticos que implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración para realizar inferencias basadas en toda la información recabada.

Tipo de investigación

La investigación es de tipo descriptiva y explicativa. Es descriptiva porque permitió caracterizar la situación actual de las MIPYMES del cantón Jipijapa, identificando sus niveles de diversificación productiva y las condiciones socioeconómicas en las que operan. Asimismo, es explicativa debido a que busca determinar la relación e incidencia que existe entre la diversificación de productos y el desarrollo socioeconómico, estableciendo vínculos causales entre las variables de estudio.

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es no experimental, debido a que las variables no fueron manipuladas intencionalmente, sino observadas y analizadas tal como se presentan en su contexto real. Además, el estudio es de corte transversal, ya que la información fue recolectada en un

solo momento del tiempo, permitiendo analizar la realidad actual de las MIPYMES sin realizar seguimiento longitudinal.

Métodos de Investigación

De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014), los métodos de investigación representan procedimientos sistemáticos para buscar, seleccionar, procesar, analizar y comunicar datos, información y conocimiento en una investigación científica. En este estudio de diversificación de productos y su incidencia en el desarrollo socioeconómico de las MIPYMES del cantón Jipijapa, se emplean los métodos analítico, inductivo y deductivo de manera integrada para garantizar un abordaje integral del problema.

Método analítico, que permitió descomponer el problema de investigación en sus elementos esenciales, facilitando el estudio de la diversificación de productos y su impacto socioeconómico.

Método sintético, utilizado para integrar la información obtenida y



formular conclusiones generales a partir del análisis de datos.

Método inductivo, que permitió generar conclusiones a partir de observaciones particulares recogidas en el trabajo de campo.

Método deductivo, empleado para contrastar los resultados obtenidos con los fundamentos teóricos y metodológicos establecidos en la literatura científica.

Población y muestra

La población estuvo conformada por las MIPYMES del cantón Jipijapa, pertenecientes a diversos sectores productivos. Para la investigación cuantitativa se determinó una muestra representativa, seleccionada mediante un muestreo probabilístico, garantizando la confiabilidad y validez de los resultados. En el componente cualitativo, se aplicó un muestreo intencional, seleccionando informantes clave con conocimiento directo del fenómeno estudiado.

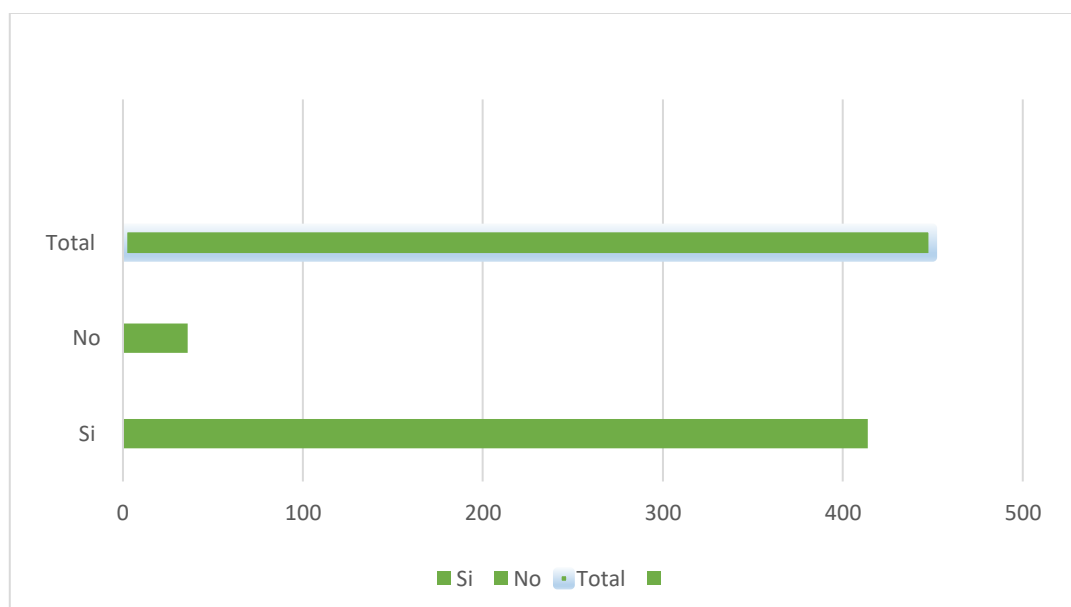
3. Resultados y discusión

1.- ¿Considera que diversificar productos ayuda a reducir la dependencia de un solo producto en su negocio?

Tabla 1. Reducción de dependencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentajes
SI	414	92%
NO	36	8%
TOTAL	450	100%

Fuente: Diversificación de productos y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del cantón Jipijapa

Grafica 1: Frecuencia 450**Elaborado:** Autor

Análisis de interpretación: El 92% de los encuestados reconoce que la diversificación es vital para reducir la dependencia de un solo producto en sus negocios. Esta percepción mayoritaria sugiere que los empresarios de Jipijapa son plenamente conscientes de la vulnerabilidad que implica el

monocultivo comercial. La reducción de esta dependencia permite una mayor estabilidad operativa ante cambios bruscos en la demanda del mercado local. Se evidencia una clara intención de proteger el patrimonio empresarial mediante la variedad de la oferta.

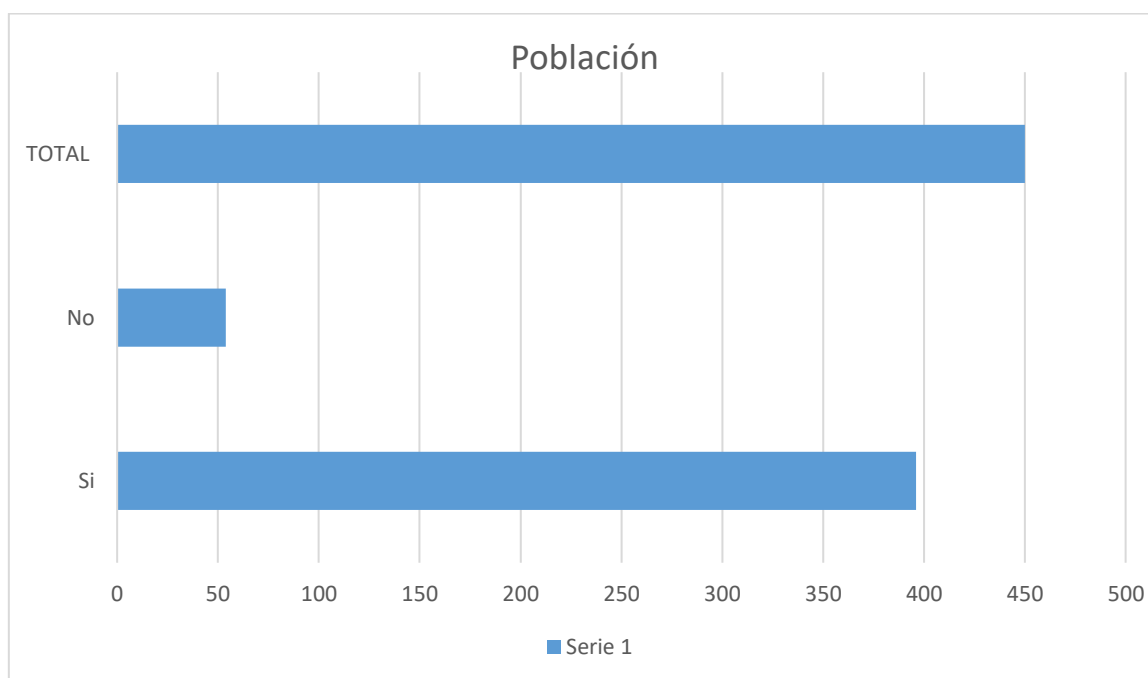
2.- ¿Cree que la diversificación de productos permite disminuir los riesgos económicos de su MIPYME?

Tabla 2: Disminución de riesgo

Alternativa	Frecuencia	Porcentajes
SI	396	88%
NO	54	12%
TOTAL	450	100%

Fuente: Diversificación de productos y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del cantón Jipijapa

Grafica 2: Frecuencia 450



Elaborado: Autor

Análisis e interpretación: Un alto 88% de los propietarios afirma que la diversificación disminuye los riesgos económicos de manera significativa para su MIPYME. Este resultado demuestra que el sector entiende la relación directa entre la variedad de productos y la seguridad financiera a

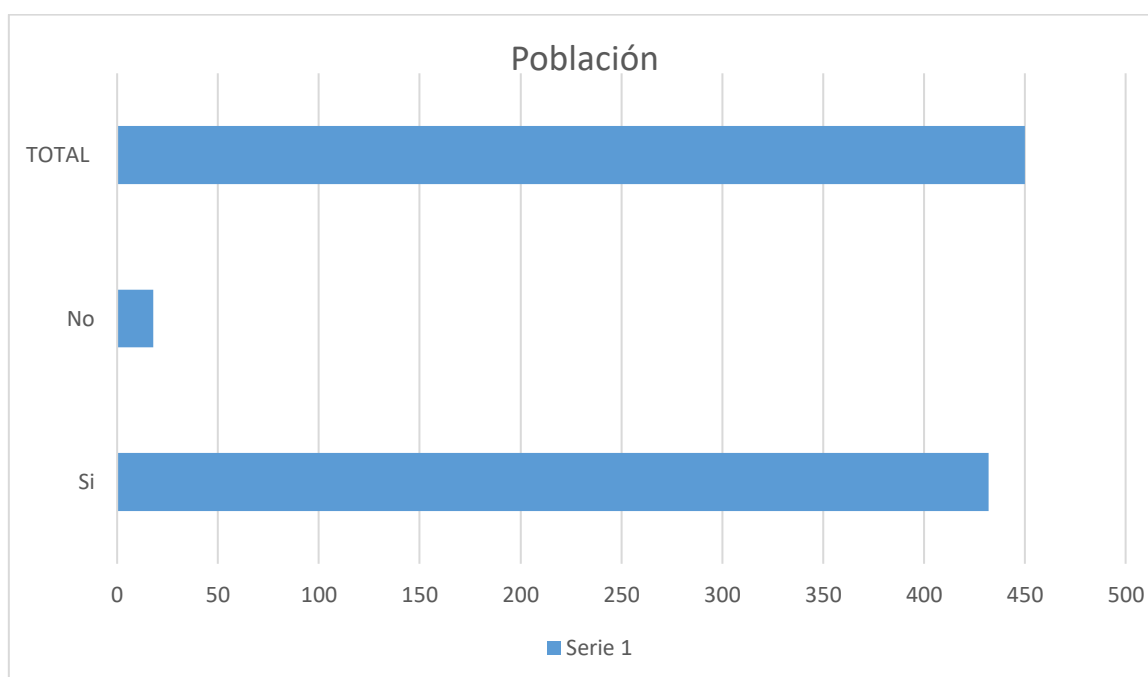
largo plazo. Al repartir la inversión en distintos rubros, el impacto de una posible pérdida en un área se mitiga con el éxito de otra. La gestión del riesgo se convierte así en un pilar fundamental para la sostenibilidad de las empresas.

3.- ¿Piensa que la innovación en productos es necesaria para lograr una diversificación efectiva?

Tabla 3: Innovación de productos

Alternativa	Frecuencia	Porcentajes
SI	432	96%
NO	18	4%
TOTAL	450	100%

Fuente: Diversificación de productos y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del cantón Jipijapa

Grafica 3: Frecuencia 450**Elaborado:** Autor

Análisis e interpretación: El 96% de los encuestados considera que la innovación es el motor indispensable para lograr una diversificación efectiva y exitosa. Esta cifra es la más alta de todo el estudio, reflejando una mentalidad abierta hacia el cambio y la mejora continua

en el cantón. Los emprendedores asumen que no basta con vender más artículos, sino que estos deben aportar una novedad real al consumidor. La innovación se percibe no como un lujo, sino como una necesidad básica de supervivencia comercial.

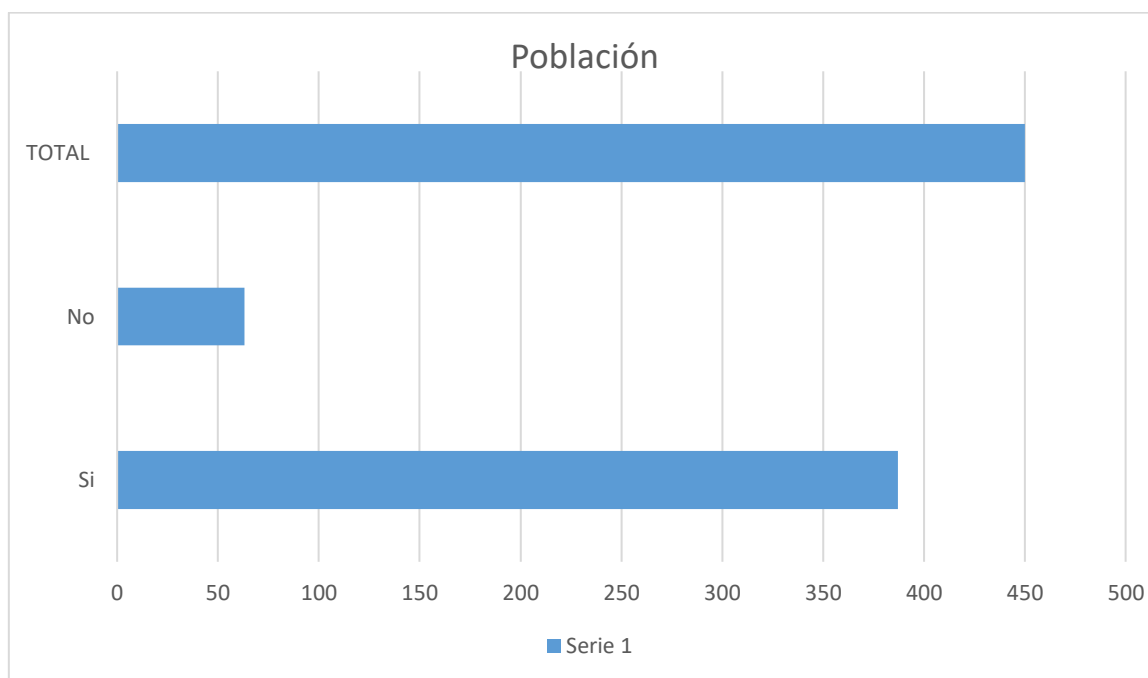
4.- ¿Considera que una adecuada estrategia empresarial facilita la diversificación de productos?

Tabla 4: Estrategia

Alternativa	Frecuencia	Porcentajes
SI	387	86%
NO	63	14%
TOTAL	450	100%

Fuente: Diversificación de productos y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del cantón Jipijapa

Grafica 4: Frecuencia 450



Análisis e interpretación: El 86% de los participantes vincula el éxito de la diversificación con la implementación de una adecuada estrategia empresarial previa al lanzamiento. Esto indica que existe una valoración positiva de la planificación y el pensamiento estructurado dentro del tejido

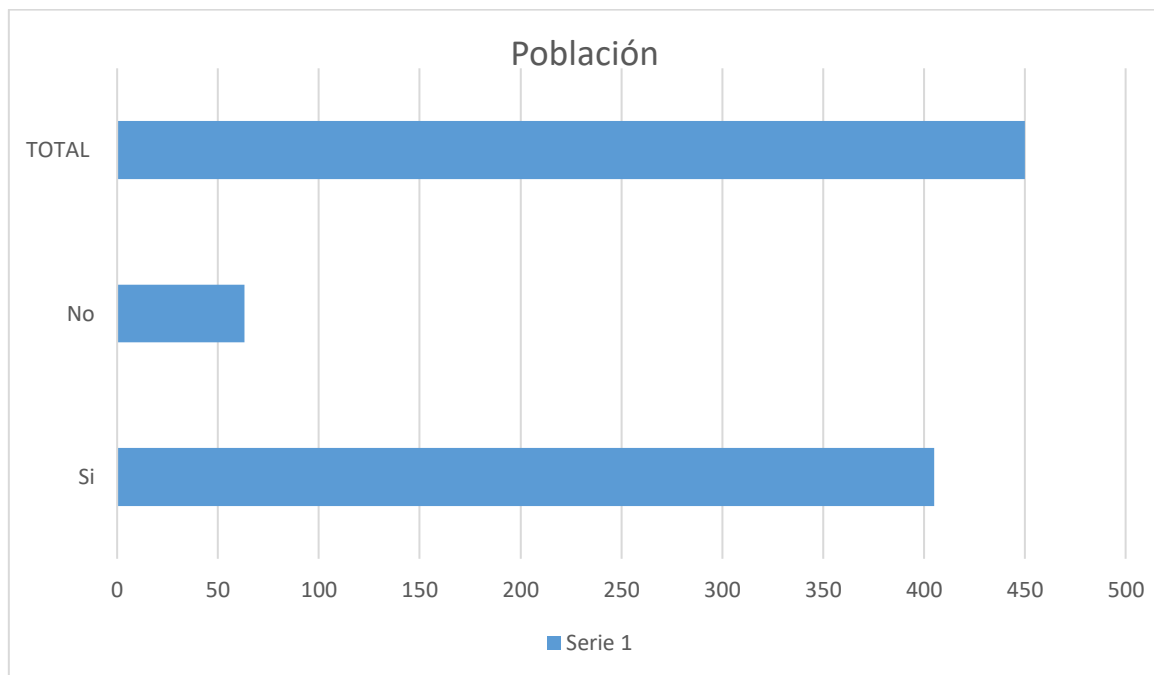
empresarial de Jipijapa. Los dueños de negocios entienden que el crecimiento improvisado suele ser ineficiente y peligroso para el capital invertido. La estrategia se reconoce como la brújula que guía la expansión hacia nuevos mercados o categorías.

5- ¿Cree que la diversificación de productos mejora la competitividad de su MIPYME en el mercado?

Tabla 5: Mejora la competitividad

Alternativa	Frecuencia	Porcentajes
SI	405	90%
NO	45	10%
TOTAL	450	100%

Fuente: Diversificación de productos y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del cantón Jipijapa

Grafica 5: Frecuencia 450

Elaborado: Autor

Análisis e interpretación: Un contundente 90% asocia la diversificación de productos con una mejora directa en la competitividad de su MIPYME frente a otros negocios. En un mercado local competitivo, diferenciarse a través de una oferta amplia es clave para atraer y retener a los clientes exigentes. Tener una cartera variada permite a las empresas competir no solo en precio, sino también en valor agregado y conveniencia. Los resultados confirman que la competitividad se construye a través de la evolución constante de la oferta.

Bibliografía

- Clavijo, C. (20 de Enero de 2023). *HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/estrategias-diversificacion>
- De la Mora Barrios , S. (2022). La diversificación del arte bajo un mando vertical Mexico: A Work of Art y la élite político-cultural salinista(Nueva York, 1990)*. *ScieELO* . doi:0.22201/iuh.24485004e.2022.1e.7771
- Martin, G., et, & al. (2021). Ciclo económico y performance de la combinación de las estrategias de diversificacion de producto y expansion internacional. *ENI*. doi:10.20420/eni.2021.422



- Oyola López , L., et, & la. (Junio- abril de 2021). Crecimiento empresarial para la sostenibilidad económica de un emprendimiento de bisutería. *Mundo Financiero*, Vol. 2(Num. 3 2021), 6-27. Obtenido de <http://resolvemf.scienceonthe web.net/ark:/79347/RMF.v2i3 .20>
- Parrales Robles , M. A., & Tualombo Tituaña , J. J. (2026). Análisis de la diversificación de productos de las Mipymes: caso panaderías de Jipijapa. *REINCASOL*. doi:10.59282/reincisol.V5(9)1400
- Quimi Franco , W. P., Quimi Franco , D. I., Villacreses Flores , E. J., & Merizalde Andrade, C. E. (2023). Factores que inciden en el desempeño empresarial de las Mipymes comerciales en la parroquia Tarqui de Guayaquil. *Knowlegde E*. doi:10.18502/espoch.v3i1.14484
- Torreblanca, F. (octubre de 2020). *ESIC University* . Obtenido de <https://www.esic.edu/rethink/management/estrategias-de-diversificacion-definicion-y-tipos>
- Vera, A. G. (2021). Impacto de la estrategia de diversificación en el valor de las empresas familiares. *RCS*, 27, N.3, 2021 , 169-184. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8090614>
- Xiaying Li, et , & la. (2022). La influencia del modelo de diversificación de medios y el espíritu empresarial en el desempeño financiero de las empresas en el contexto del desarrollo sostenible. *NIH*. doi:10.3389/fpsyg.2022.885452