

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema: “OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE LA PARROQUIA CHITÁN DE  
NAVARRETES, CANTÓN MONTÚFAR”

Trabajo de titulación previa la obtención del  
título de Licenciatura en Administración de Empresas

**AUTORES:** Estrada Montenegro William Santiago

Narváez Velasco María Fernanda

**TUTORA:** Msc. Verónica Jeaneth García Ibarra

Tulcán, 2021



## CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que los estudiantes, Narváez Velasco María Fernanda con el número de cédula 0402091466 y Estrada Montenegro William Santiago con el número de cédula 0401920129, han elaborado el trabajo de titulación: “Oportunidades de Negocio de la Parroquia Chitán de Navarretes, Cantón Montufar”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



Firmado electrónicamente por:  
**VERONICA  
 JANNETH GARCIA  
 IBARRA**

Firmado digitalmente por: ROBERTH  
 PATRICIO PEREZ QUIROZ  
 Fecha y hora: 31.08.2021 21:44:28

.....  
 García Ibarra Verónica Janeth

**TUTOR**

.....  
 Pérez Quiroz Roberth Patricio

**LECTOR**

Tulcán, Septiembre, 2021

## AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Licenciado/a** en la Carrera de administración de empresas de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Nosotros, Narváez Velasco María Fernanda con cédula de identidad número 0402091466 y Estrada Montenegro William Santiago con cédula de identidad número 0401920129 declaramos: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



.....  
Narváez Velasco María Fernanda

**AUTORA**



.....  
Estrada Montenegro William Santiago

**AUTOR**

Tulcán, Septiembre, 2021

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, Narváez Velasco María Fernanda y Estrada Montenegro William Santiago declaramos ser autores de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Oportunidades de Negocio de la Parroquia Chitán de Navarretes, Cantón Montúfar” y eximimos expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



.....

Narváez Velasco María Fernanda

**AUTORA**



.....

Estrada Montenegro William Santiago

**AUTOR**

Tulcán, Septiembre, 2021

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradecemos a Dios, por guiarnos y bendecirnos en nuestra vida y nuestra existencia, por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.*

*Agradecemos a nuestras familias por ser los ejes principales de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.*

*Agradecemos a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, a nuestros docentes de la Escuela de Administración de Empresas por haber compartido todos sus conocimientos durante nuestra preparación profesional.*

*Agradecemos de manera especial a la directora del presente proyecto de investigación, MSc. Verónica Janeth García Ibarra quien nos ha guiado con profesionalismo, conocimientos, dedicación, paciencia, y apoyo incondicional.*

**MUCHAS GRACIAS**

## **DEDICATORIA**

*El presente trabajo de investigación lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso académico y así obtener uno de los anhelos más deseados.*

*A nuestros padres, por su trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos.*

## ÍNDICE

I. PROBLEMA .....	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	16
1.3. JUSTIFICACIÓN .....	16
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	19
1.4.1. <i>Objetivo General</i> .....	19
1.4.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	19
1.4.3. <i>Preguntas de Investigación</i> .....	19
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	20
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	20
2.1.1. <i>ANTECEDENTE 1</i> .....	20
2.1.2. <i>ANTECEDENTE 2</i> .....	21
2.1.3. <i>ANTECEDENTE 3</i> .....	22
2.2. MARCO TEÓRICO .....	23
III. METODOLOGÍA.....	39
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO .....	39
3.1.1. <i>Enfoque</i> .....	39
3.1.2. <i>Diseño</i> .....	40
3.1.3. <i>Modalidad</i> .....	40
3.1.4. <i>Tipo de Investigación</i> .....	40
3.2. IDEA A DEFENDER.....	42
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE .....	43
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS .....	47
3.4.1. <i>Selección de la muestra</i> .....	47
3.4.2. <i>Software Atlas TI</i> .....	47

3.4.3. Métodos .....	50
3.4.4. Técnicas .....	50
3.4.5. Instrumentos .....	51
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	53
4.3. RESULTADOS .....	53
4.2. DISCUSIÓN .....	74
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	82
5.1. CONCLUSIONES .....	82
5.2. RECOMENDACIONES.....	84
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	85
V. APÉNDICES .....	89

### ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Marco teórico .....	37
Figura 2: Revisión de la literatura .....	38
Figura I3: Parroquia “Chitán de Navarretes” .....	103
Figura J4: GAD Parroquial “Chitán de Navarretes” .....	103
Figura K5: Recolección de Información – Focus Group.....	104

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Faces y tareas del diseño cualitativo .....	42
Tabla 2: Operacionalización de variables.....	43
Tabla 3: Resultados. Perfil de informantes.....	53
Tabla 4: Análisis e interpretación de resultados. Diagnóstico de Mercado.....	55
Tabla 5: Análisis e interpretación de resultados. Diagnóstico de Mercado - PDOT.....	56
Tabla 6: Análisis e interpretación de resultados. Emprendimiento .....	60
Tabla 7: Análisis e interpretación de resultados. Emprendimiento - PDOT .....	61
Tabla 8: Análisis e interpretación de resultados. Impactos .....	65
Tabla 9: Análisis e interpretación de resultados. Impactos - PDOT .....	66
Tabla 10: Matriz FODA .....	70
Tabla F11: Instrumento de investigación. Ficha de observación. ....	100
Tabla G12: Instrumento de investigación. Ficha de observación respondida. ....	101

## ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice A: Certificado o Acta del Perfil de Investigación .....	89
Apéndice B: Certificado del abstract por parte del Centro de Idiomas .....	91
Apéndice C: Oficio de entrega del informe de investigación a las autoridades del GAD Parroquial “Chitán de Navarretes” .....	93
Apéndice D: Nómina de participantes del Focus Group .....	93
Apéndice E: Instrumento de investigación – Focus Group .....	96
Apéndice H: Instrumento de investigación. Ficha Bibliográfica .....	102

## RESUMEN

La presente investigación denominada Oportunidades de Negocio de la Parroquia Chitán de Navarretes, Cantón Montúfar tiene como objetivo principal realizar un diagnóstico situacional relacionada con las actividades comerciales de la localidad, agricultura, ganadería, productos de la zona, iniciativas sobre emprendimientos que permitan identificar las oportunidades que generen en un corto o largo plazo ideas de negocios rentables en el tiempo y que puedan ser aprovechadas adecuadamente por los habitantes de la Parroquia.

Se utilizó el enfoque cualitativo el cual permite mediante la información analizar e interpretar el problema de investigación en su contexto en el cual se desarrolla, la observación permite entender el entorno del fenómeno de estudio obteniendo datos concretos en la Parroquia Chitán de Navarretes. Mediante la revisión de fuentes primarias se obtiene una adecuada sustentación teórica de la investigación y además para la recolección de datos se aplicó la técnica del grupo focal y ficha de observación con el objetivo de generar respuestas en las preguntas de investigación planteada e idea a defender cumpliendo los objetivos planteados.

Se puede mencionar que las oportunidades de negocio se encuentran basadas en las necesidades insatisfechas de la localidad y también en el desarrollo agrícola y los emprendimientos que actualmente existen que se encuentran enfocados en la comercialización de gastronomía, de la misma manera se muestra una visión futura sobre cierta tendencia a generar y desarrollar ideas de negocio basado en el turismo cultural y religioso.

**Palabras Clave:** Emprendimiento, Oportunidades de Negocio, Producto, Comercio, Economía

## ABSTRACT

The main objective of this research titled: Business Opportunities of the *Chitan de Navarretes* Parish, Montufar Canton is to carry out a situational diagnosis related to the commercial activities of the town, agriculture, livestock, products of the area, initiatives on enterprises that allow to identify opportunities that generate in a short or long term profitable business ideas over time and that can be properly used by the inhabitants of the Parish. The qualitative approach was used which allows, through the information, to analyze and interpret the research problem and the context in which it is developed. The observation allows to understand the environment of the study phenomenon, obtaining specific data in the *Chitan de Navarretes* Parish. Through the review of primary sources, an adequate theoretical support of the research is obtained and, in addition, for the data collection, the technique of the focus group and observation sheet was applied with the aim of generating answers in the research questions posed and idea to defend complying the objectives set. It can be mentioned that business opportunities are based on the unsatisfied needs of the town and also on agricultural development and the enterprises that currently exist there, which are focused on the commercialization of gastronomy. In the same way, a future vision is shown on a certain tendency to generate and develop business ideas based on cultural and religious tourism.

**Keywords:** *entrepreneurship, business opportunities, product, commerce, economy.*

## INTRODUCCIÓN

Una oportunidad refiere a las potencialidades encontradas en un sector que constituyen sus fortalezas a fin de convertirse en posibles elementos de crecimiento o mejora para una empresa u organización. La oportunidad de negocio se basa en el análisis de dichas potencialidades que pueden generar ideas de negocio a través de la oferta de productos o servicios ofertándolas en un tiempo propicio asumiendo riesgos económicos y financieros. Por lo tanto, el emprendimiento se basa principalmente en el descubrimiento, aprovechamiento y potencialización de oportunidades de negocio existentes en una zona determinada, las cuales se transforman en actividades económicas generadoras de riqueza.

Al hablar de oportunidades de negocio y emprendimiento es necesario comprender la situación económica por la que pasa la zona de estudio porque de esta dependerá el éxito o fallo de la implementación de nuevas ideas de negocio generadas de las fortalezas o potencialidades comerciales en un escenario que ha sido golpeado por la crisis generada a causa de la pandemia por Covid 19.

La investigación presentada se basa en el estudio de las oportunidades de negocio de la Parroquia Chitán de Navarretes del cantón Montúfar ubicada en la Provincia del Carchi con base a la identificación de potencialidades relacionadas con los recursos naturales y actividades económicas que existen en este sector identificando las fortalezas y oportunidades además de sus debilidades y amenazas a fin de proceder a la realización de un diagnóstico situacional de la parroquia analizando su infraestructura económica relacionada con el estado de las diferentes rutas de acceso al lugar, posibles inversiones programadas o realizadas, puntos de comercialización principales, disponibilidad de servicios básicos y acceso a capital financiero. Así como las diferentes oportunidades de negocio encontradas pueden contrastarse con las necesidades de los habitantes.

## I. PROBLEMA

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La economía global genera un alto impacto en el desarrollo sostenible de cada país, como: reducción de la pobreza, generación de plazas de empleo y aminorar la desigualdad social, sin embargo, existen múltiples riesgos desfavorables que amenazan su estabilidad. Para el año 2020 la economía mundial se ha visto afectada considerablemente por efecto de la pandemia por COVID-19 debido a una reducción exponencial del PIB a un 4,3% lo cual afecta directamente tanto a la producción de bienes como de servicios, a pesar de esto y gracias a las disposiciones adoptadas por los países se ha proyectado una recuperación moderada para el 2021 del 4% de acuerdo a cifras del (Banco Mundial, 2021). Así, se determina el periodo de estabilización económica de las repúblicas podría estimarse alrededor de los próximos cinco años.

El desarrollo del Ecuador se basa principalmente en el crecimiento económico de los sectores productivos al fomentar e incentivar la creación de MIPYMES generadoras de fuentes de empleo enfocadas en aprovechar las potencialidades del mercado de cada región. Sin embargo, la suspensión de actividades comerciales y productivas a causa de las normas de seguridad acogidas por el gobierno nacional y la OMS para evitar la propagación del virus COVID-19 han provocado un decaimiento en el producto interno bruto (PIB) de -9,5 para el año 2020 y con una proyección de 3,5 para el 2021 de acuerdo a cifras del (Banco Mundial, 2021). Por lo que la nación enfrenta un ciclo de recesión económica debido a los limitados recursos y el incremento en las necesidades de la población afectando directamente a la oferta y demanda tanto de productos como también de servicios. Por otro lado, el Ecuador se ha posicionado en el Índice Doing Business

ocupando el puesto 129 de acuerdo al (Banco Mundial, 2020). Lo cual indica la existencia de una problemática para el emprendedor ecuatoriano ya que algunos aspectos evaluados involucran la facilidad para iniciar un negocio en el país, el pago de impuestos, la probabilidad de quiebra del negocio y trámites de registro esto sumado a una economía inestable y un clima inadecuado para impulsar el desarrollo empresarial.

La provincia del Carchi se destaca principalmente por dos actividades comerciales relacionados con la agricultura y la ganadería, enfocados en la producción de papas, leche, aguacate y mango además posee gran riqueza cultural que conjuntamente con la ubicación territorial en la que se encuentra hacen de ella un punto adecuado para el atractivo turístico y el desarrollo empresarial (Barragán, 2019). Pese a esto, el Carchi no ha logrado el desarrollo esperado frente a otras provincias como Imbabura, Pichincha, Guayaquil y Azuay, esto se relaciona a la evidente crisis económica originada por la pandemia de COVID-19 y otros factores locales como: migración, falta de apoyo de las autoridades y la deficiente formación en el área empresarial (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial [PDOT], 2015), dado que pueden impedir el aprovechamiento adecuado de las oportunidades de negocio existentes en la zona.

La parroquia Chitán de Navarrete cantón Montúfar ubicada en la zona sur de la Provincia del Carchi con una población de 712 habitantes quienes se dedican principalmente a la producción de papa y leche como principal generador de ingresos económicos, presenta además una alta capacidad en recursos naturales como suelos fértiles y climas adecuados para el desarrollo agropecuario y la agricultura pero no solo eso sino también posee sitios turísticos y tradiciones culturales que hacen de este lugar atractivo para la población, sin embargo, la eminente amenaza por la pandemia COVID-19, la crisis económica actual que afecta duramente a la parroquia, la falta de unidades de

apoyo, escasa liquidez, el limitado acceso a capital financiero, ausencia de recursos tecnológicos e industriales y capacitación adecuada han desencadenado efectos negativos en la comunidad generando un débil aprovechamiento de los recursos locales, esto desmotiva a la población a tomar la iniciativa de potencializar nuevos productos e introducirlos al mercado. Es evidente la problemática actual por la que atraviesa la Parroquia Chitán de Navarrete, el tradicionalismo, migración de habitantes, la tenencia de tierras, desorganización como también la falta de recursos económicos son algunos factores que, de acuerdo al (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial [PDOT], 2020) de la parroquia representan un desafío a la hora de emprender en un determinado negocio.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Existen oportunidades de negocio que permitan aprovechar adecuadamente las potencialidades de la Parroquia Chitán de Navarretes?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

La investigación presentada se enfocará en identificar oportunidades de negocio que se encuentran en la parroquia de Chitán de Navarretes y que generen un beneficio en común con base a un análisis de potencialidades y un diagnóstico situacional en relación a las principales actividades comerciales y productivas de la zona de estudio, de esta manera las autoridades del GADPR pueden implementar programas y proyectos en donde se incentive al desarrollo de actividades productivas y comerciales que generen un desarrollando socioeconómico en toda la población.

Con el fin de ayudar en la reducción la pobreza, proteger y asegurar que las personas gocen en un ambiente de paz y prosperidad, la investigación integra los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (2015):

- El Objetivo N° 8, establece: Trabajo Decente y Crecimiento Económico; se trata de lograr que todos los habitantes de la Parroquia Chitan de Navarretes, puedan tener un

empleo digno y de calidad, con una remuneración estable, mejorando la calidad de vida, al incrementar la productividad y consumo local.

- El Objetivo N° 9, establece: Industria, Innovación e Infraestructura; cuando una oportunidad de negocio es potencializada al máximo conlleva la implementación de nuevas instalaciones físicas logrando innovando en la infraestructura comercial. A través de la automatización de procesos, la productividad se vuelve más eficiente y se gestiona correctamente los recursos generando productos de mejor calidad.

La sustentabilidad ambiental y la búsqueda de un desarrollo territorial equitativo, son los pilares fundamentales de los Objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida. SENPLADES (2017):

- El Objetivo N° 5, establece: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria; El aprovechamiento adecuado de las oportunidades de negocio de la parroquia logrará incrementar la productividad, generando ventajas competitivas ante mercados externos.
- El Objetivo N° 6, establece: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural.”; se contribuye a generar una economía solidaria local, generando beneficios para los habitantes, a partir de acciones y propuestas que fomenten el empleo en zonas rurales al potencializar las capacidades productivas, incentivando el consumo de productos locales y reactivando la zona productiva a mediante las redes de comercialización.

Tras el desarrollo de la investigación esta podrá ser utilizada como herramienta para la toma acciones por las autoridades en beneficio de la parroquia algunas de ellas involucran el incentivo al emprendimiento en las actividades productivas comunitarias, estableciendo una estructura organizativa estable para el fortalecimiento de

encadenamientos productivos, de la misma forma, permitirá generar nuevas ideas de negocio con base al análisis de las oportunidades y potencialidades de la zona de estudio enfatizando en la economía social y solidaria de acuerdo con el PDOT de la parroquia, el cual se encuentra con una proyección hasta el año 2023.

La presente investigación se desarrolla en beneficio de la Parroquia, Provincia y el País, esta permitirá el incremento de valor a la producción local mediante la implementación de tecnología y en los procesos productivos industrializando y aplicando métodos actuales para el manejo eficiente de la transformación de materia prima a fin de obtener productos con valor agregado, facilitando el trabajo de los operarios e incentivando al mejoramiento de la infraestructura y maquinaria. La Provincia del Carchi tiende hacer un beneficiario indirecto, ya que en el Cantón Montúfar en donde se encuentra localizada la Parroquia de Chitán de Navarretes se convertirá en un referente en cuanto a la explotación de todos los recursos que posee ya sea de infraestructura comercial y productiva, emprendimientos y el sector turístico.

Los resultados de la investigación serán elementos necesarios para la toma de acciones en beneficio de la Parroquia, como: incentivar el emprendimiento en actividades productivas comunitarias, consolidando la estructura organizativa para el fortalecimiento y cooperación de todos los habitantes, permitirá crear fuentes de empleo enfocado en la economía social y solidaria de acuerdo con el PDOT de la parroquia.

Permitirá identificar aquellas oportunidades que poseen un gran potencial de producción y comercialización, de esta manera se crearán nuevos emprendimientos e ideas de negocio, contribuyendo a mejorar el desarrollo comercial, productivo y la calidad de vida de los habitantes capacitando e incentivando a la creación de microempresas y así aportando a la vinculación con la sociedad que se promueve en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

## **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

### ***1.4.1. Objetivo General***

Identificar oportunidades de negocio que permitan aprovechar adecuadamente las potencialidades de la Parroquia Chitán de Navarretes.

### ***1.4.2. Objetivos Específicos***

- Diagnosticar la situación actual y la evolución de la Parroquia Chitán de Navarrete.
- Definir bases teóricas-científicas que permitan una sustentación adecuada del tema de investigación.
- Realizar el levantamiento de la información mediante técnicas de investigación recolectando la mayor cantidad de datos precisos.
- Analizar los datos obtenidos identificando las potencialidades de la Parroquia Chitán de Navarretes que permitan el aprovechamiento adecuado de oportunidades de negocio de la localidad.
- Socializar los resultados obtenidos de la investigación con las autoridades del GAD Parroquial Chitan de Navarretes impulsando a la toma de decisiones en beneficio, desarrollo y convivencia de los habitantes.

### ***1.4.3. Preguntas de Investigación***

- ¿Cuál es la situación actual de la Parroquia Chitán de Navarretes?
- ¿Qué oportunidades de negocio se encuentran en la Parroquia?
- ¿Cuáles son las oportunidades de negocio que se adapten a las necesidades de los habitantes de la Parroquia?

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

La presente investigación bajo el tema principal: Oportunidades de Negocio de la Parroquia de Chitán de Navarretes, se mencionan los siguientes antecedentes los cuáles permiten tener guías principales en la investigación referente a la metodología utilizada y resultados obtenidos, por lo tanto, los antecedentes son los siguientes:

#### 2.1.1. ANTECEDENTE 1

“Estudio de oportunidades de negocio para las nuevas zonas de expansión urbana en Cuenca. Caso aplicado: Parroquia Nulti-Challuabamba”.

Objetivo General: Determinar oportunidades de negocio de las necesidades insatisfechas de los pobladores mediante una investigación de mercados compuesta por una parte cualitativa como cuantitativa.

Metodología: El enfoque metodológico y el diseño de investigación se enfoca en el aspecto exploratorio como concluyente, en donde la primera se utilizan métodos del enfoque cualitativo para examinar el problema del estudio como grupo focal y entrevistas a profundidad para generar una mayor comprensión y conocimiento del misma.

Resultados: En relación con la parte final de la investigación realizada por Vera y Ullauri (2017) se ha determinado que, para los habitantes de la zona existen oportunidades de negocio que aún no han sido atendidas según sus necesidades y que para los mismo representan razones o motivos por los cuáles viajan constantemente a la ciudad de Cuenca. A partir de dicha investigación y de las necesidades que tienen los habitantes de la zona, las oportunidades de negocio que se lograron determinar son los siguientes de los cuáles se identificaron servicios y distintos beneficios esperados respecto a la preferencia que demostró por parte de los encuestados. Las oportunidades de negocio encontradas involucran:

Supermercado, bancos, restaurantes (parrillas y marisquerías), centros deportivos, lugares o espacios sociales comunales, centro comercial.

### **2.1.2. ANTECEDENTE 2**

“Oportunidad de negocio en la apertura de emprendimientos en la zona sierra de la Provincia de Bolívar”.

Objetivo General: La determinación de la incidencia de las oportunidades de negocio (los factores externos), o necesidades sociales (motivaciones personales) en la apertura de emprendimientos en la Zona Sierra de la provincia Bolívar.

Metodología: El estudio es de tipo descriptivo y posee un diseño no experimental, se efectuó en 3 cantones de la Zona Interandina de la provincia de Bolívar, Guaranda considerando las semejanzas que presentan en la estructura económica – productiva: Chimbo, San Miguel y Guaranda. Como universo de estudio se consideró a la población económicamente activa (PEA), la muestra fue estratificada efectuando un índice de confianza con el 90%, margen de error del 3% y heterogeneidad del 50%. Se empleó la encuesta como técnica de recolección de datos y además se aplicó el Método de Expertos para determinar las variables a incluir en la encuesta.

Resultados: Los resultados obtenidos a partir de la investigación permiten conocer que en los tres cantones de la Zona Interandina de la provincia Bolívar prevalecen las necesidades sociales de los habitantes y también existe carencia sobre oportunidades de negocios para iniciar emprendimientos en corto o largo plazo. (López et al., 2017).

Así, se determina que las necesidades además de la oportunidad se reconocen como principales factores respecto a la creación de emprendimientos, así mismo los resultados arrojan que las categorías compromiso, comunicación, riesgo, resignación, conocimiento, creatividad, habilidades de negociación, innovación además de la perseverancia están entre las capacidades de los habitantes para emprender.

Se reconoce la innovación dentro del sector orientada al desarrollo y crecimiento económico para impulsar emprendimientos locales, a través de una dinámica de innovación territorial. Uno de las principales variables a considerar es la educación ya que es la base del éxito, los resultados muestran al 49% de la población con estudios secundarios. Las actividades económicas con mayor potencial para ser aprovechadas como oportunidades de negocio son: la agricultura, ganadería, pesca y silvicultura seguido por la prestación de servicios, establecimientos de comida y bebidas. El entorno regional favorece al desarrollo de estas actividades.

### **2.1.3. ANTECEDENTE 3**

“El emprendimiento por necesidad, una ventana hacia el desarrollo de oportunidades de negocio”.

Objetivo General: Analizar el emprendimiento por necesidad y desarrollo de oportunidades de negocio en el mercado ecuatoriano

Metodología: Es una investigación que utiliza enfoque cualitativo con una modalidad documental para el análisis de varias fuentes bibliográficas destacando cifras relevantes acerca del emprendimiento por necesidad y su influencia en el desarrollo de oportunidades de negocio.

Resultados: La investigación realizada por Pico (2016) en la Universidad Internacional del Ecuador, se enfoca en el análisis del emprendimiento por necesidad como uno de los principales motivos por los cuales las personas se arriesgan por una aventura empresarial que permita el desarrollo socio económico y así mejorar su calidad de vida, de esta manera la población no obtiene los beneficios y en consecuencia los negocios llegan al fracaso.

Este artículo presenta la posibilidad de identificar las diferentes oportunidades del mercado y así plantear estrategias que le permitan al emprendedor posicionar su negocio dentro del mercado. En el artículo se tratan temas de diferentes estudios estadísticos

afirmando que uno de cada tres adultos en el Ecuador es emprendedor y se afirma que la creación de empresas esta mayormente relacionada con el descubrimiento de oportunidades de negocio y el éxito apegado a tres puntos clave para el triunfo de un emprendimiento estos son: idea, oportunidad y recursos; que permiten convertir a la idea en oportunidad. El emprendedor deberá situarse en generar un plan de negocios que evidencie su factibilidad.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

### ***Teoría de oportunidades con base en la innovación***

Peter Drucker considerado ampliamente como un pensador influyente y padre de la administración desarrollo varias teorías y modelos en esta área empresarial, una de ellas innovación y emprendimiento reflejada en su libro del mismo nombre, en él se menciona a la oportunidad donde se afirmaba que “los emprendedores no causan cambios, sino que explotan las oportunidades que crean”. (Drucker, 1985, como se citó en Terán & Guerrero, 2020).

Por ello se enfoca en un objetivo el cual refleja la detección de puntos fuertes y débiles del emprendedor iniciando por un análisis de las oportunidades. De acuerdo con este autor existen factores demográficos, de percepción y conocimiento que determinan el nivel de innovación y la forma en que pueden ser aprovechados por las personas para implementar una oportunidad al utilizar eficientemente los recursos con el fin de generar riquezas. Drucker (2005, como se citó en Játiva, 2017) afirmó que:

La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores; el medio por el cual se explora el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Es la acción de dotar a los recursos con una nueva capacidad de producir riqueza. La innovación es crea un “recurso”. No existe tal cosa hasta que el hombre encuentra la aplicación de algo natural y entonces lo dota de valor económico.

Por lo tanto, la oportunidad se basa en la innovación como una función del emprendimiento la cual consiste en la creación de nuevos recursos sean estos productos o

servicios para producir riqueza o el incremento de los mismos encontrados en el entorno y utilizarlos como fuente potencial para generar riquezas.

### ***Teoría del espíritu emprendedor Josep Alois Schumpeter***

En 1942 Josep Alois Schumpeter publica el libro “*Capitalismo, socialismo y democracia*” desarrollando una nueva conceptualización para el empresario innovador denominándolo como “emprendedor” refiriéndose a este por sus acciones causantes de la inestabilidad de los mercados, de la misma forma se mencionó que:

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.

(Schumpeter, 1942, como se citó en Duarte & Ruíz Tibana, 2009)

La teoría de Schumpeter también indica que las actividades relacionadas al emprendedor son los principales aspectos de la prosperidad de los organismos económicos por medio de la innovación y la toma de riesgos en función de las ganancias que podían obtener situándose en un escenario donde la percepción y explotación de oportunidades logra el dominio de la empresa dentro del mercado.

### ***Teoría del Emprendimiento Howard H. Stevenson***

Howard H. Stevenson reconocido por la revista Forbes como el “León del espíritu empresarial” y autor del libro “*The enterprenurial Ventur*” junto a Salhman, Roberts y Bhider, en el cual se desarrolla una perspectiva del emprendimiento afirmando que este puede ser considerado como un estilo administrativo en el cual se engloba a la búsqueda de oportunidades y su correcto aprovechamiento sin preocuparse de los recursos que son controlados en el entorno por lo que “El empresario identifica oportunidades, reúne los

recursos requeridos, implementa un plan de acción práctico y cosecha las recompensas en una forma flexible y oportuna” (Salhman et al., 1999, como se citó en Varela, 2001).

Así la teoría de Stevenson se basa en el aprovechamiento y desarrollo de oportunidades. De la misma forma para el año de 1998 se desarrolló la conferencia de investigación de Babson College dónde Stevenson (1988, como se citó en Crissien, 2009) afirmó que:

Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos disponibles y controlables en la actualidad. EL empresario es un creador de empresa y busca la generación de riqueza. Una característica del empresario para que sea emprendedor es que sea innovador. Para este autor la innovación no es solo de producto o servicio sino también de procesos o mercados. Hace diferencia entre el empresario exitoso y el ejecutivo exitoso.

Por lo tanto, el emprendedor busca generar riqueza a través de la innovación y aprovechamiento de oportunidades restándole importancia a los recursos disponibles.

#### ***Teoría de la oportunidad individual. Scott Shane y Venkataraman S.***

Shane y Venkataraman desarrollaron para el año 2000 el libro “*La Promesa del emprendimiento como campo de investigación*”, este se enfoca en el emprendimiento como resultado de hallazgos, evaluación y la correcta explotación de oportunidades relacionado con productos y servicios asegurando que para lograrlo es necesaria la implementación de nuevas estrategias, métodos de producción y formas de organización. Por otro lado, se debe tomar en cuenta para el estudio del emprendimiento las siguientes interrogantes:

“¿Cómo, por quién y con qué efectos las oportunidades de negocio son descubiertas, evaluadas y explotadas? ¿Por qué, cuándo y cómo surgen las oportunidades? ¿Por qué, cuándo y cómo determinadas personas y no otras las descubren y explotan? Al igual que el ¿por qué, ¿cuándo y cómo diferentes modos de acción son utilizados para

explotar las oportunidades empresariales?” (Shane y Venkataraman, 2000, como se citó en González y Solís, 2011).

Por lo tanto, los autores han considerado a las oportunidades como el núcleo del emprendimiento al establecer un campo específico de investigación tomando en cuenta el enfoque psicológico, estratégico como también del equilibrio económico.

### ***Mercado***

El mercado constituye el lugar donde interactúan la oferta y la demanda. Sánchez (2013) indicó que “el mercado es donde confluyen la oferta y la demanda de bienes y servicios y donde se relacionan los diferentes agentes que intervienen en los principales agentes del entorno de una empresa”, es decir, el lugar donde los bienes y servicios se prestan a diferentes nichos de mercado en los cuales intervienen un comprador y un vendedor de tal forma que se presentan dos entornos en los que se desarrolla este proceso. Sánchez (2013) indica dos tipos de entorno:

- Micro entorno: competencia, clientes, proveedores, banca administraciones públicas, asociaciones benéficas.
- Macro entorno: coyuntura económica, legislación, sociedad, política.

Por lo tanto, el mercado se enfoca en el análisis de los bienes y servicios tanto en el macro como en el micro entorno.

### ***Mercado Competitivo***

EL mercado competitivo es el escenario en el cuál interactúan la oferta y la demanda involucrando a varias empresas dedicadas a una actividad igual o similar a la de otra. Los autores Krugman et al. (2015) mencionaron que “un mercado competitivo es un mercado en el que hay muchos compradores y muchos vendedores de un mismo bien. El aspecto crucial de un mercado competitivo es que ninguna acción de ningún individuo puede influir sobre el

precio del producto” (p. 69), es decir que, es aquel donde existe mucha competencia de bienes o servicios, y para que el ofertante pueda obtener una utilidad debe realizar una estrategia para ofrecer un mejor servicio o dar algún valor agregado al producto, para que sea más atractivo al cliente además, en un mercado competitivo es difícil influir sobre el precio ya que este es fijado de acuerdo a las necesidades de oferta, demanda y de la competencia.

### **Producto**

Es un elemento indispensable en el proceso de comercialización. Acorde con Dvoskin (2004) el concepto de producto se analiza desde dos perspectivas diferentes:

El producto es concebido por el Marketing desde dos ópticas, una más restringida y otra más abarcadora. La primera considera en la definición de producto sólo aquellos atributos que lo constituyen, como las características tecnológicas, la marca, las variedades (sabor y color) y los tamaños. Desde la segunda perspectiva, se concibe el producto como un concepto que abarca ciertos atributos internos, intrínsecos al producto: la variedad, el diseño, la marca o el empaque. (p.26)

El producto desarrollado cuenta con una serie de características de análisis que pueden restringir o abarcar diferentes perspectivas sean tecnológicas, el valor de marca o valor agregado además de otras que incluyen atributos externos en función de la línea de productos, su diseño, posicionamiento de la marca.

### ***Demanda***

Responde a la cantidad de productos que son solicitados por los consumidores. Los Autores Agustín Cue y Luis Quintana (2014), definieron a la demanda como “la cantidad de bienes que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo los demás constante. Esto se obtiene a través de la suma horizontal de las demandas individuales de los consumidores” (p. 68). Los consumidores poseen diferentes preferencias y responden de modo diferente a los cambios de precios.

### ***Oferta***

La oferta es una característica que se encuentra relacionada con la cantidad de productos y el número de servicios que las personas como vendedores se encuentran dispuestos a vender a un determinado precio. Cue y Quintana (2014) indicó que la oferta es “la cantidad de bienes y servicios que las empresas están dispuestas a vender a diferentes precios” (p. 72). De esta manera este concepto corresponde a una descripción de cantidades numéricas de un bien o servicio que los vendedores estarían dispuestos a ofertar en el mercado.

### ***Precio***

El precio puede definir el valor de un producto o servicio que representa para el cliente. Dvoskin (2004) manifestó que “el precio es la única variable, entre las cuatro P, que genera ingresos para la organización. Comprende tres conceptos que poseen significados diferentes” (p. 29). En primer lugar, el costo se determina mediante los recursos que una organización tiene que aportar para que un producto o servicio sea ofrecido en el mercado. En segundo lugar, el valor, que es lo que hace relativamente demandante un producto o servicio. En tercer lugar, el precio, es el monto por el cual la transacción se realiza, normalmente se situará entre el costo.

### ***Comportamiento del consumidor.***

El comportamiento del consumidor analiza varios factores incluyendo gustos y preferencias de todos los clientes y su influencia en el estudio del mercado. LAMB et al. (2014) definieron al comportamiento del consumidor como “la manera en que estos toman sus decisiones de compra y utilizan o disponen de los bienes o servicios que han adquirido” (p. 80). Así, se aprecia que este puede definirse de distintas formas en relación con el estudio de la conducta de los consumidores el cual permite considerar diferentes factores que influyen de una u otra forma en el estudio de mercado y determinan los gustos y preferencias de la

población además de permitir introducir productos al mercado influenciando a los clientes potenciales a inclinarse por una decisión de compra.

### ***Comercialización***

La comercialización forma parte del proceso final de producción. Para Molina (2007), el concepto de comercialización se definió como:

Las actividades económicas que, como parte final del proceso de producción, constituyen los medios físicos de distribución o comercialización de bienes y servicios, o sea son los canales necesarios para que dicha producción pueda llegar al consumidor a través del mercado de abastecimiento y/o secundario. (p. 81)

La comercialización contiene una interminable cadena de intermediarios, dentro de la cual se pierde la competitividad productiva, y la del propio mercado, al convertirse este tipo de actividades de un verdadero usufructo de producción en perjuicio del consumidor y del empleo de recursos económicos.

### ***Productividad***

La productividad de las empresas se relaciona al manejo eficiente de los recursos que posee. Sánchez (2013) presentó a la productividad como “la relación existente entre la cantidad de bienes y servicios productivos y el conjunto de recursos empleados para su consecución. Las destrezas y habilidades permiten a un emprendedor obtener un mejor desempeño de su trabajo, un mejor rendimiento”. Por ello, se puede mencionar que un emprendedor puede ser evaluado a partir de una serie de indicadores que determinaran la eficiencia y efectividad con la que desarrolla sus actividades dentro de su entorno.

### ***Competidores***

Los competidores son empresas o comerciantes que se dedican a una actividad económica similar a la de otra que puede encontrarse en el mismo sector. En función de Kotler y Armstrong (2013) se indicó que “Una empresa para ser exitosa debe proveer mayor

valor y satisfacción al cliente que sus competidores. Así también conviene adaptarse a las necesidades de los competidores. También ganar fuerte posicionamiento de sus ofertas contra la oferta de sus competidores” (p. 69). Es así que, el éxito de un competidor se debe a la oferta de un mejor servicio al cliente, así como también brindar a la sociedad un producto mejorado que sea más atractivo y útil para las personas, ya que gracias a esto una empresa puede ser competitiva y posicionarse en el mercado además de obtener grandes utilidades.

### ***Fortalezas***

Las fortalezas como el primer punto del análisis FODA se caracterizan por identificar las competencias y valor agregado con las que cuenta una empresa. Ponce (2007) las definió como “los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización como un logro que brinda ésta o una situación favorable en el medio social”. Por lo tanto, forman parte del análisis de factores internos de la empresa referente a fin de generar estrategias de crecimiento.

### ***Oportunidades***

Las oportunidades representan los posibles escenarios que pueden ser aprovechados por la empresa a fin de cumplir con la visión trazada. Ponce (2007) manifestó que “las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría”. Las oportunidades son factores de gran importancia que permite moldear las estrategias que persiguen las organizaciones.

### ***Debilidades***

Las debilidades representan elementos de la empresa que necesitan analizarse para identificar puntos vulnerables de la organización y que pueden generar problemas a mediano y largo plazo. Según Ponce (2007) se dió a conocer que “una debilidad se define como un factor que hace vulnerable a la organización o simplemente una actividad que la empresa

realiza en forma deficiente, lo que la coloca en una situación débil”. Así, conocer los puntos vulnerables de la organización contribuye a la correcta toma de decisiones en beneficio del crecimiento de la empresa.

### ***Amenazas***

Las amenazas como factor potencial riesgo se han identificado a fin de reducir o prevenir situaciones desfavorables para la empresa. Ponce (2007) indicó que estas “representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero que representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales”. Por lo tanto, la empresa pueda tomar estrategias para contrarrestar los efectos contraproducentes no controlables.

### ***Emprendimiento***

El emprendimiento abarca la capacidad de una persona para descubrir, aprovechar y potencializar oportunidades de negocio transformándolas en actividades económicas rentables. Kirberg (2014) indicó que el “emprendimiento se asocia como la persona que inicia su propio negocio aplicando conceptos de administración, marketing y producción, creando una nueva forma de comercialización” (p. 1). Un emprendedor debe iniciar algo nuevo, pero de manera única y diferenciada del resto, es decir tiene que hacer uso de la creatividad en una manera irrepetible, creando un nuevo sistema para realizar algo o una modificación de un bien o servicio, cambiando su entorno y proponer nuevas soluciones a los problemas de siempre.

### ***Innovación***

La innovación es un elemento fundamental dentro del entorno empresarial ya que se le atribuye el correcto desarrollo de las organizaciones. Schumpeter (2014) definió la innovación de la siguiente manera:

La introducción de un bien (producto) nuevo para los consumidores o de mayor calidad que los anteriores, la introducción de nuevos métodos de producción para un sector de la industria, la apertura de nuevos mercados, el uso de nuevas fuentes de

aprovisionamiento, o la introducción de nuevas formas de competir que lleven a una redefinición de la industria”. Así, Schumpeter difundió la idea de “destrucción creativa”.

La innovación termina con formas antiguas de realizar las cosas, por lo tanto, es la introducción hacia nuevos y superiores paradigmas que elimina los preexistentes hacia unos más productivos.

### ***Clientes***

El cliente representa al principal consumidor de productos y servicios que se ofertan por una empresa u organización.

Los clientes corresponden a un conjunto de personas que habitan una zona específica los cuales se dedican al desembolso de dinero para la adquisición de diferentes productos que se ofertan en el mercado y así mismo representan un papel importante en el proceso de compra. (Sánchez, 2013)

En la evaluación deben tenerse en cuenta los conocimientos que se poseen del mercado. Las empresas están expuestas a su entorno y gran parte de las posibilidades de desarrollo, depende de conocer los elementos que lo componen, sus relaciones y la incidencia que pueden tener sobre una empresa.

### ***Toma de decisiones***

Todos los seres humanos que integran la organización se encuentran frente a la toma de decisiones cuando enfrentan diferentes situaciones u opciones en donde deben elegir adecuadamente.

El sistema gerencial es responsable de la administración y desarrollo de la organización y de sus procedimientos en la toma de decisiones. Trata de optimizar las relaciones entre los sistemas social y técnico, en la medida en que trabajan orientados hacia metas y objetivos organizacionales. (Chiavenato, 2007)

Los niveles gerenciales y de talento humano deben ser los líderes sobre la correcta toma de decisiones que generen de manera colectiva un asertividad en todos los aspectos positivos y que beneficie al desarrollo de toda la organización.

### ***Adaptabilidad***

La adaptabilidad refiere a responder adecuadamente a todos los factores y exigencias del entorno. Chiavenato (2007) mencionó: “Las empresas que logran ajustarse y adaptarse a las demandas ambientales sobreviven y crecen. En cambio, las empresas que no consiguen esa adaptación ambiental simplemente desaparecen del mapa, como desaparecieron de la faz de la tierra los dinosaurios por mutación” (p.29). Tanto el talento humano como todas las organizaciones deben poseer la capacidad de adaptación y proactividad en relación a los cambios que puedan surgir en un corto o largo plazo.

### ***Propuesta de Valor***

Una propuesta de valor refiere al análisis del objeto de estudio y el entorno a modo de presentar las ventajas competitivas con las que cuenta una empresa o dicho objeto estudiado. De esta forma Sánchez (2013) presentó una de las técnicas para identificarlas:

Propone un análisis DAFO de la oportunidad de negocio. Consiste en realizar un estudio completo interno (D/F) y externo (A/O) de la idea u oportunidad de negocio.

Un análisis detallado de las posibilidades, amenazas, sus puntos fuertes y débiles que conllevan poner en valor una determinada idea a aprovechar o conveniente.

El apartado anterior propone un ejercicio que ayuda a clasificar los diferentes aspectos que posee un determinado objeto a partir de una ficha en la cual se destacaran fortalezas y debilidades del mismo.

### ***Ventaja competitiva.***

La ventaja competitiva hace referencia a las características propias de la empresa con las que pueden competir en el mercado, es decir el elemento diferenciador que maneja. David

(2013) refirió a la ventaja competitiva como “cualquier cosa que una empresa haga especialmente bien en comparación con las empresas rivales” (p. 8). Es decir que, una empresa prevalezca sobre otra por la potencialización de sus capacidades además de ofrecer mejores productos o servicios que sean más atractivos para el cliente, además, una empresa puede ser competitiva al ofrecer productos de mayor calidad a menor precio dándole un plus en el mercado.

### ***Oportunidad de Negocio***

En relación a la oportunidad de negocio, esta se basa en un análisis de las potencialidades del mercado a fin de generar ideas de negocio. Vigo (2015) mencionó que:

La oportunidad de negocio propone una solución a un problema detectado ofreciendo productos o servicios; detecta del grado de aceptación de estas soluciones en el mercado, y aplica diferentes modelos de comunicación (estrategias, marketing, publicidad, etc.) para crear o incrementar el valor percibido por el cliente. (p. 45)

La oportunidad de negocio es el momento del tiempo que resulta propicio para poner en práctica la idea de negocio, siempre y cuando se hayan asumido los riesgos de carácter económico y financiero.

### ***Idea de negocio***

Refiere a la idea de negocio el aprovechar las potencialidades del sector y oportunidades de negocio a fin de generar productos y servicios. Madariaga (2014) mencionó que “La idea de negocio es convertir los productos y riquezas de tu entorno en bienes, servicios y experiencias que se ofrezcan a personas que los necesiten en tu comunidad, región, país o en cualquier otro lugar del mundo” (p. 13). Por ello, una idea de negocio surge gracias a las necesidades que se presenten en la sociedad que pueden presentarse como oportunidades de negocio para cubrir estas necesidades las cuales se deben tomar en cuenta en el desarrollo y potencialización de los productos propios dentro de la zona.

### ***Impactos***

Los impactos de una investigación determinan el alcance del proyecto y como se beneficiará la sociedad a partir de este ya sea de forma económica, social o ambiental por esto:

El objetivo de la evaluación de un proyecto empresarial es determinar lo atractivo o viable que el proyecto es la luz de diferentes criterios los cuales determinan diversos tipos de evaluación a saber: evaluación institucional, evaluación técnica, evaluación financiera, evaluación económica, evaluación social y evaluación ambiental. (Arboleda, 2001, pp. 339)

Es decir, la evaluación de un proyecto empresarial determina que tan viable puede tornarse un proyecto, esto dependiendo de varios criterios a los cuales debe estar enfocado el plan de negocios como lo son, evaluación financiera, social, ambiental, técnica entre otras.

### ***Evaluación social***

Los factores sociales determinan el impacto de la investigación a la capacidad que tiene un sector una vez realizado la situación actual de la localidad. Sapag et al. (2014) afirmó que:

La evaluación social de un proyecto incorpora, además de precios sociales de los factores y de las externalidades, los costos y beneficios que un determinado proyecto o acción de gobierno puede generar en la comunidad, en calidad de vida, en el mejoramiento en la imagen de la autoridad, en el orgullo nacional, etcétera. (p. 329)

Así, la evaluación social de un proyecto es necesaria para determinar el impacto que tomara la investigación a nivel social y realizarla de forma que exista un beneficio para la comunidad generando desarrollo económico y cultural apoyando a mejorar la calidad de vida de los habitantes.

### ***Económico***

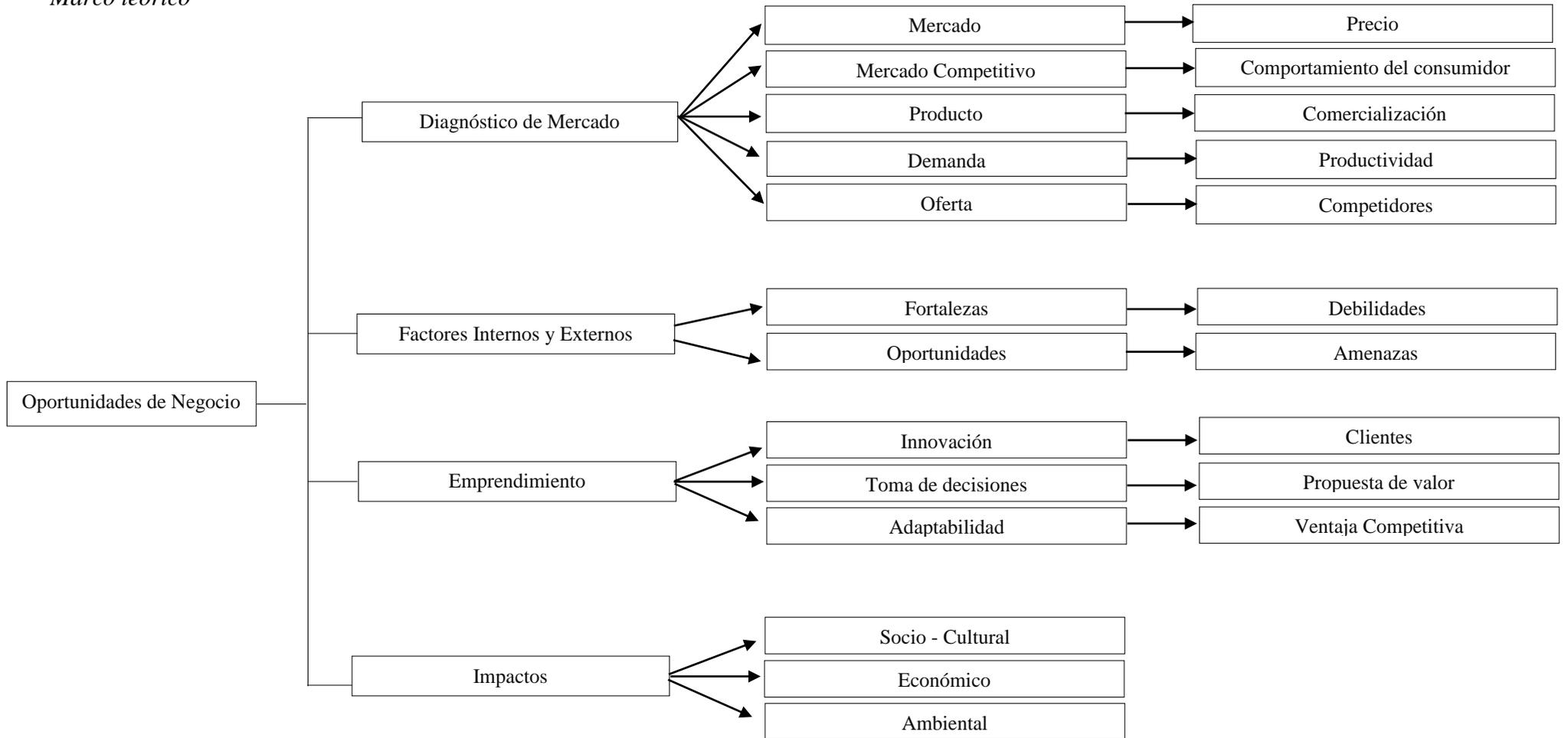
El impacto económico de un proyecto contribuye a conocer todos los beneficios monetarios sobre las inversiones que se puedan realizar y que en un futuro generen retribuciones financieras.

Examina, en términos de bienestar y desde el punto de vista de la nación como un todo, hasta qué punto los beneficios económicos generados por el proyecto son superiores a los costos incurridos. Utiliza los precios económicos, también llamados precios de eficiencia o precios sombra o precios de cuenta. (Arboleda, 2001)

Mediante un estudio financiero se pueden realizar proyecciones sobre las características económicas positivas o negativas y cuantificación monetaria, previamente a la ejecución de un proyecto.

### ***Ambiental***

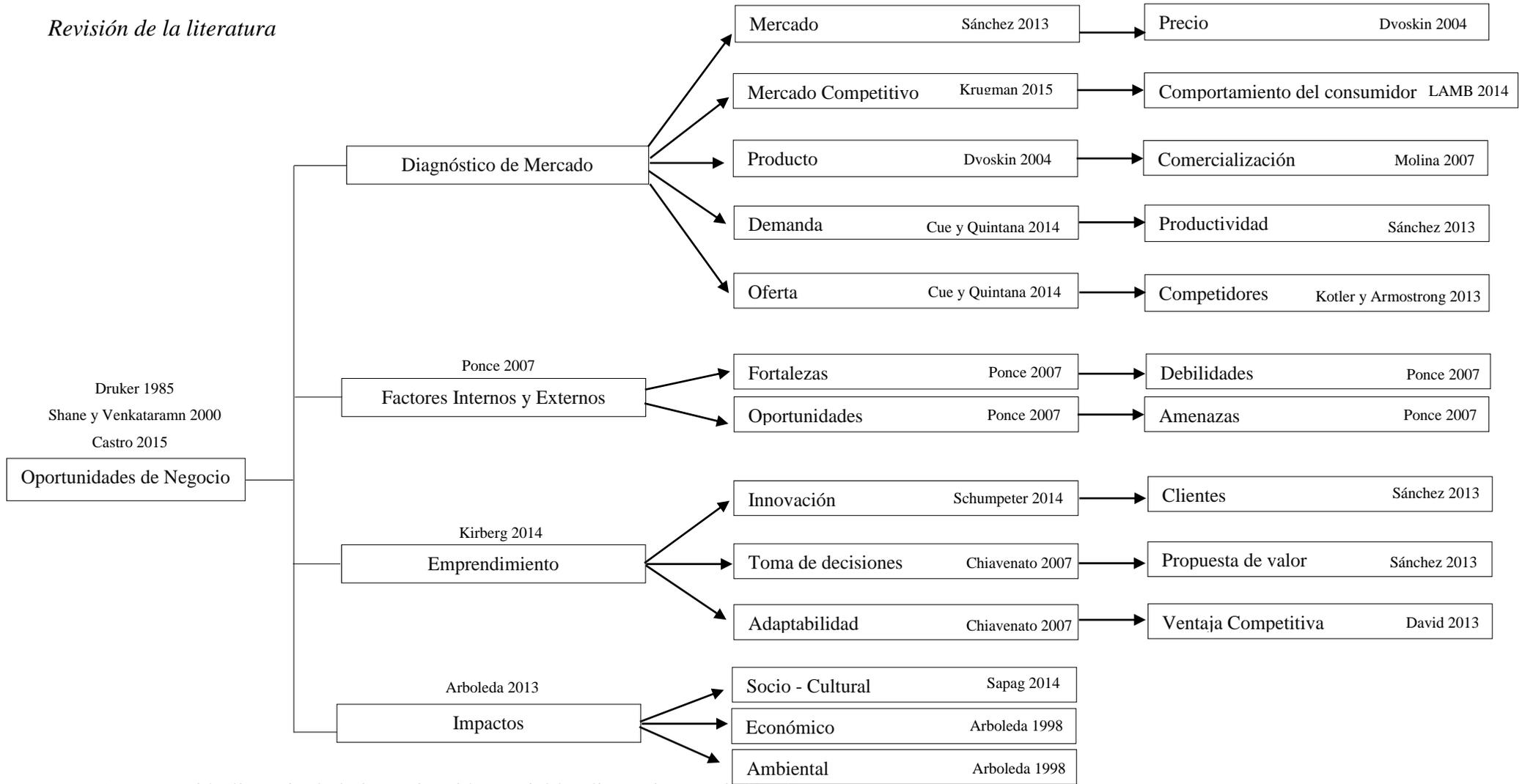
El impacto ambiental considera una alteración positiva o negativa la cuál es provocada por un proyecto que se encuentra desarrollando la creación de una organización u empresa. Arboleda (2001) manifestó “Por impacto ambiental se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración” (p.431). La modificación del medio ambiente en el aspecto positivo o negativo debe ser evaluado previamente hacia la ejecución de un nuevo proyecto objetivo.

**Figura 1***Marco teórico*

*Nota:* Presentación del marco conceptual de la investigación que incluye la variable de estudio, dimensiones e indicadores.

**Figura 2**

*Revisión de la literatura*



*Nota:* Presentación literaria de la investigación; variable, dimensiones e indicadores.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

##### 3.1.1. *Enfoque*

Se utilizó el enfoque cualitativo, ya que permite estudiar, analizar e interpretar el problema de investigación en su contexto, con el fin de obtener información sobre las oportunidades de negocio que se encuentran en la localidad, determinando productos, servicios, de esta manera se aporta con información suficiente para la realización del estudio, todos los datos recopilados se utilizarán para dar respuesta a las respectivas preguntas de investigación y de la misma forma se promueve la posibilidad de descubrir nuevas interrogantes a partir del proceso aplicado, el cual es caracterizado por su flexibilidad, es más subjetivo y se relaciona a la descripción de la realidad a través de las opiniones otorgadas por los individuos y los elementos de observación en la parroquia objeto de estudio captando la realidad del entorno.

El presente enfoque cualitativo se encuentra relacionado a la obtención de información mediante la aplicación de un grupo focal el cual permitirá recolectar datos de diferentes personas obteniendo ideas, opiniones y pensamientos. Wilkinson (2004, como se citó en Onwuegbuzie et al., 2011) afirma que la investigación que se basa en grupos focales son denominadas como “una forma de recolectar datos cualitativos, la cual, esencialmente, implica involucrar a un pequeño conjunto de personas en una(s) discusión(es) de grupo informal(es), enfocada hacia un tema o una serie de temas específicos” (p.129). Por lo tanto, la aplicación de un grupo focal como técnica de recolección de información, permitirá la obtención de información cualitativa sobre las reflexiones, percepciones e ideas de los participantes seleccionados.

### **3.1.2. *Diseño***

No Experimental. Se aplica este diseño en la investigación debido a que puede basarse principalmente en la observación de la realidad del entorno al analizar los fenómenos que ocurren en el sector sin alterar o manipular de ninguna forma la variable de estudio en este caso “Oportunidades de Negocio” a fin de permitir un análisis más concreto de la situación actual de la Parroquia de Chitán de Navarretes.

### **3.1.3. *Modalidad***

#### **Documental**

Se aplica la investigación documental pues se analizan datos obtenidos de diferentes investigaciones realizadas anteriormente como: libros, registros, constituciones, anuarios y artículos de revistas, entre otros, en relación al tema investigado los cuales permiten determinar un resultado más concreto tras la revisión de varias fuentes bibliográficas.

#### **De campo**

Se realiza la investigación de campo con el propósito de extraer información de fuentes primarias directamente de la realidad manejando técnicas para la recolección de datos como el focus group y una ficha de observación con base a una muestra estratégica de la población de estudio a fin de dar contestación a las preguntas de investigación planteadas, idea a defender y de la misma forma dar cumplimiento a los objetivos trazados.

### **3.1.4. *Tipo de Investigación***

Teoría fundamentada. La investigación presentada se enfoca en el tipo de investigación denominado “Teoría Fundamentada” dado que se basa en la recolección y ejecución de un análisis de los datos encontrados con un enfoque cualitativo utilizando el método analítico inductivo, donde el primer paso es la obtención de datos que permiten interpretar y aproximarse a una realidad social al adaptarse a descubrimientos previos de las características de hechos o sucesos que se presentan en la zona estudiada, utiliza un método

sistémico en vista de que se trabaja con ciclos que generan una complejidad creciente a fin de generar teorías con base a fundamentos obtenidos de los datos recolectados en relación al muestreo teórico, realizando una comparación constante durante cada etapa de análisis. Se elaboran categorías a fin de especificar propiedades, definir las relaciones existentes entre categorías e identificando las posibles brechas existentes entre ellas.

A fin de presentar la metodología utilizada en el informe de investigación se elaboró la siguiente tabla en la cual se muestra las fases y tareas realizadas siguiendo un enfoque cualitativo del informe y aplicando el instrumento de investigación denominado Focus Group.

**Tabla 1**

*Fases y tareas del diseño de estudio cualitativo del informe.*

<b>Fases del diseño de estudio cualitativo</b>	<b>Tareas realizadas</b>
Fase 1. Presentación del tema de estudio por los investigadores.	✓ Los investigadores presentan el tema de estudio al área de titulación
Fase 2. Diseño de estudio cualitativo	✓ Se analiza las características del estudio determinando un enfoque cualitativo
Fase 3. Inicio del Estudio	✓ Planteamiento y formulación del problema ✓ Elección de la metodología a aplicar ✓ Revisión bibliográfica
Fase 4. Desarrollo del Estudio	✓ Diseño del instrumento de investigación ✓ Acercamiento con representantes de la parroquia ✓ Elaboración de prueba piloto ✓ Ejecución del instrumento de investigación (focus group) ✓ Transcripción y análisis de la información obtenida
Fase 5. Finalización del estudio.	✓ Resultados, análisis y discusión ✓ Revisión final del informe de investigación ✓ Correcciones generales ✓ Presentación y defensa de los resultados contenidos en el informe de investigación
Fase 6. Entrega del informe de investigación a las autoridades de la parroquia Chitán de Navarretes	✓ Socialización de los resultados con representantes de la parroquia Chitán de Navarretes.

*Nota.* Adaptado de Izquierdo et al. (2014). La tabla presenta el diseño seguido por los investigadores para la elaboración del informe de investigación utilizando un enfoque cualitativo empleando el instrumento de investigación Focus Group.

### **3.2. IDEA A DEFENDER**

En la Parroquia Chitán de Navarretes existen oportunidades de negocio que pueden ser aprovechadas por los habitantes.

### 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

La siguiente tabla muestra la operacionalización de variables seguida por los investigadores para el desarrollo de la investigación.

**Tabla 2**

*Operacionalización de variables.*

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	DIMENCIÓN	INDICADORES	ÍTEM	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
<b>Oportunidades de negocio</b> <b>Definición: Según Vigo (2015) la oportunidad de negocio “propone una solución a un problema detectado ofreciendo productos o servicios; detecta del grado de aceptación de estas soluciones en el mercado, y aplica diferentes modelos de comunicación para crear o incrementar el valor percibido del cliente”</b>	Diagnóstico de Mercado	Producto	Tipos de productos (no diferenciado y diferenciado)	¿Qué tipo de productos se encuentran en la zona de estudio?	Focus Group Análisis documental	Cuestionario Ficha bibliográfica	Junta Parroquial de Chitán de Navarretes.
			Características de los productos.				Asociación de Mujeres Emprendedoras “Chitán de Navarretes” Hacendado. Turistas. Jefes de Hogar. PDOT
		Demanda	Segmento de Mercado - Target	¿Cómo se describe el comportamiento de la demanda en la Parroquia Chitán de Navarretes?	Focus Group Análisis documental	Cuestionario Ficha bibliográfica	Junta Parroquial de Chitán de Navarretes.
	Gustos y preferencias		Asociación de Mujeres Emprendedoras “Chitán de Navarretes”				
	Hábitos de consumo		Hacendado. Turistas. Jefes de Hogar.				
	Nivel de ingresos		PDOT				

Oferta	Competidores	¿Cómo se describe el comportamiento de la demanda en la Parroquia Chitán de Navarretes?	Focus Group	Cuestionario	Junta Parroquial de Chitán de Navarretes. Asociación de Mujeres Emprendedoras “Chitán de Navarretes” Hacendado. Turistas. Jefes de Hogar. PDOT
	Ubicación de los competidores		Análisis documental	Ficha bibliográfica	
	Productos Ofertados				
	Ventaja Competitiva				
Precio	Precio al Mayorista	¿Qué tipo de precio se maneja en la parroquia?	Focus Group	Cuestionario	Junta Parroquial de Chitán de Navarretes. Asociación de Mujeres Emprendedoras “Chitán de Navarretes” Hacendado. Turistas. Jefes de Hogar. PDOT
	Precio al Minorista		Análisis documental	Ficha bibliográfica	
Comercialización	Estrategias de Comercialización	¿Qué aspectos se consideran importantes en la comercialización de productos/servicios?	Focus Group	Cuestionario	Junta Parroquial de Chitán de Navarretes. Asociación de Mujeres Emprendedoras “Chitán de Navarretes” Hacendado. Turistas. Jefes de Hogar. PDOT
	Preferencias de lugar de compra		Análisis documental	Ficha bibliográfica	
	Mayorista				
	Minorista				
	Fortalezas		Observación		

Análisis Situacional	Factores Internos y Externos	Oportunidades Debilidades Amenazas	¿Cuál es la situación actual del entorno productivo de la Parroquia Chitán de Navarretes?		Ficha de observación	Población de la Parroquia Chitán de Navarretes.
Emprendimiento	Innovación	Diferenciación Valor Agregado Procesos	¿Cómo se ha manejado la innovación en la Parroquia Chitán de Navarretes?	Focus Group Análisis documental	Cuestionario Ficha bibliográfica	Junta Parroquial de Chitán de Navarretes. Asociación de Mujeres Emprendedoras “Chitán de Navarretes” Hacendado. Turistas. Jefes de Hogar. PDOT
	Clientes/ Consumidores	Percepciones Experiencias de los clientes. Calidad del producto/ servicio	¿Qué características se consideran en la satisfacción de clientes/ consumidores?	Focus Group Análisis documental	Cuestionario Ficha bibliográfica	Junta Parroquial de Chitán de Navarretes. Asociación de Mujeres Emprendedoras “Chitán de Navarretes” Hacendado. Turistas. Jefes de Hogar. PDOT
	Propuesta de valor	Relación con el cliente Funcionalidad Reconocimiento	¿Cuáles son las características que brindan los productos/ servicios	Focus Group Análisis documental	Cuestionario Ficha bibliográfica	Junta Parroquial de Chitán de Navarretes. Asociación de Mujeres Emprendedoras “Chitán de Navarretes”

			a los clientes/ consumidores?			Hacendado. Turistas. Jefes de Hogar. PDOT	
Toma de decisiones	Intereses		¿Cómo influye la correcta toma de decisiones en la generación de emprendimientos?	Focus Group	Cuestionario	Junta Parroquial de Chitán	
	Motivaciones			Análisis	Ficha bibliográfica	de Navarretes.	
	Adaptabilidad				documental	Asociación de Mujeres Emprendedoras “Chitán de Navarretes” Hacendado. Turistas. Jefes de Hogar. PDOT	
Impactos de la investigación	Impactos	Socio - Cultural	¿Cuáles son los impactos de la investigación?	Observación	Ficha de observación	Parroquia Chitán de Navarretes.	
		Económico			Análisis	Ficha bibliográfica	PDOT
		Ambiental			documental		

*Nota.* En la tabla anterior se indica la matriz de operacionalización de variables con sus respectivas dimensiones, indicadores, ítems, técnica, instrumento e informantes.

### **3.4. MÉTODOS UTILIZADOS**

#### **3.4.1. Selección de la muestra**

El tipo de muestreo aplicado en la investigación es no probabilístico-intencional ya que las personas seleccionadas para ser partícipes del focus group se basan en un juicio subjetivo es decir que no son tomados al azar y son elegidos en relación al criterio del investigador. La investigación contó con la intervención de 29 personas en las que se incluyen miembros del GAD parroquial Chitán de Navarretes y la “Asociación de Mujeres Emprendedoras Chitán de Navarretes”, como también: habitantes de la localidad, turistas, jefes de hogar y un hacendado que se relacionan directamente con el estudio aportando información en temas de emprendimiento y oportunidades de negocio.

#### **3.4.2. Software Atlas TI**

Mediante un enfoque cualitativo se obtiene información subjetiva a partir de grupos de discusión en donde se analiza las relaciones que se recogen en las respuestas y discursos empleados, para el análisis e interpretación adecuada de los datos es necesario el uso del Software Atlas T.I. El Centro de Investigaciones Educativas y Pedagógicas (2021) mencionó que:

El programa Atlas T.I es una herramienta de uso tecnológico y técnico creada con el objetivo de apoyar la organización, el análisis e interpretación de información en investigaciones cualitativas. El programa permite trabajar y organizar grandes cantidades de información en una amplia variedad de formatos digitales. Además de realizar su contraste y comparación, optimizando los tiempos en la investigación y aprovechando al máximo la información, los elementos de análisis y el trabajo en equipo.

Los instrumentos tecnológicos permiten simplificar toda la información y a la vez organizan adecuadamente los resultados, el Software Atlas T.I, constituye un programa de gran apoyo y soporte a investigaciones de carácter cualitativo.

Para el desarrollo del análisis de datos de la presente investigación en uso del software Atlas TI contó con las siguientes fases:

- Fase 1. Creación de una unidad hermenéutica. En este apartado se inicia por la generación de un contenedor el cual se convertirá en una base de datos de la información recolectada por los investigadores.
- Fase 2. Asignación de documentos primarios. Tras la aplicación del focus group a 29 participantes se procede a la transcripción de la información recolectada por cada uno de ellos, de esta forma se importan los datos correspondientes al documento generado anteriormente.
- Fase 3. Inicio del análisis. El software Atlas TI brinda la capacidad de introducir categorías elegidas por el investigador a fin de seleccionar fragmentos de los documentos importados en la fase anterior, de este modo se clasifica la información de acuerdo al lugar que se considere pertinente, en el presente informe se manejan tres categorías principales: diagnóstico de mercado, emprendimiento e impactos cada una contiene subcategorías que pretenden asignar los datos obtenidos con mayor precisión.
- Fase 4. Análisis profundo. El software en mención otorga la posibilidad de organizar la información clasificada en un sistema de redes en el cual se muestra el número de documentos que contienen información relacionada a cada categoría, si se relaciona con otras categorías o subcategorías, si existe discordancia, la ampliación o depuración de datos y la profundización en temas específicos.

Entre los principales datos obtenidos gracias al uso del software de análisis cualitativo Atlas TI de acuerdo con las diferentes categorías se mencionan:

Diagnóstico de mercado: La parroquia Chitán de se dedica a la producción agro ganadera como principal actividad económica donde los productos son demandados por los mercados externos principalmente de San Gabriel y Julio Andrade, de la misma forma se destacan pequeños emprendimientos localizados en la calle principal Olmedo la cual es frecuentemente transitada por turistas con mayor afluencia los fines de semana por su variedad gastronómica y zonas naturales, aun así se menciona un ingreso económico bajo de la población. Los habitantes utilizan estrategias de mercadeo para promocionarse como: atención de excelencia, apoyo al consumo local, participación en capacitaciones a fin de brindar una experiencia satisfactoria a cada uno de sus visitantes.

Emprendimiento: Se describen aspectos que se relacionan a diferenciación y valor agregados de productos locales, se encuentran iniciativas para la elaboración de alimentos y artesanías a quienes consideran como clientes a sectores cercanos, entre ellos: San Gabriel, Cristóbal Colón y San Pedro de Huaca. Otro aspecto importante es el componente turístico como alternativa para dinamizar la economía. Por otra parte, se menciona el bajo nivel de asistencia tecnológica para los productores, la tenencia de tierras por parte de hacendados que afectan directamente al aprovechamiento de oportunidades de negocio y la migración de habitantes por la ausencia de fuentes de trabajo.

Impactos de la investigación: En el aspecto socio cultural se demuestra la participación de sus habitantes en actividades culturales y religiosas, se promueve la utilización de técnicas artesanales para la elaboración de productos, el componente económico describe el desarrollo por emprendimientos locales ya que existe un trabajo en conjunto y finalmente en la parte ambiental existe huertos en donde utilización de abonos orgánicos en donde el fin principal es cuidar el medio ambiente, es así que existe una propuesta para la adecuación de basureros en zonas específicas de la localidad.

### 3.4.3. *Métodos*

#### **Inductivo**

El método de análisis utilizado en la investigación es de forma inductiva. Según Rodríguez y Pérez (2017), mencionan que:

El método inductivo es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan.

Para adquirir conocimiento es indispensable observar la naturaleza a fin de reunir datos particulares y realizar varias generalizaciones a con base a ellos. La observación es un procedimiento que se denomina razonamiento inductivo.

### 3.4.4. *Técnicas*

#### **Focus group.**

Para la recolección de datos e información del informe de investigación, denominado: Oportunidades de Negocio de la Parroquia Chitán de Navarretes se ha optado por el uso del instrumento grupo focal. De acuerdo con Da Silva et al. (2015), define al focus group como:

El grupo focal se caracteriza por ser un grupo de discusión que posibilita el diálogo sobre un asunto en especial, vivido y compartido mediante experiencias comunes, a partir de estímulos específicos para el debate que reciben los participantes. En este sentido, el grupo focal es un proceso dinámico en el que los participantes intercambian ideas, de forma que sus opiniones pueden ser confirmadas o contestadas por otros participantes. (p.1)

Es así que este es generalmente utilizado en investigaciones que trabajan con un enfoque cualitativo de acuerdo a la presente investigación reuniendo a un grupo de participantes a quienes se les practicará una entrevista donde ellos expondrán diferentes opiniones en este caso referidos a las características y potencialidades que posee la parroquia para generar nuevas oportunidades de negocio.

Esta técnica utiliza el análisis de interpretación constante para el correcto estudio de la base de datos recolectada desarrollando así una o más temáticas en común las cuales puedan abarcar las similitudes expresadas del grupo estudiado presentando la información de forma ordenada aplicando el método por categorización.

### **Observación**

Es una técnica de recolección datos con una modalidad de campo. Gonzáles (1997, como se citó en Pulido, 2015) indicó que “la observación es uno de los procedimientos que permiten la recolección de información que consiste en contemplar sistemática y detenidamente cómo se desarrolla un objeto o problema social” (p.14). Por lo tanto, es el conjunto de ítems establecidos para la observación directa de sucesos que ocurren de un modo natural. Para corroborar los datos obtenidos de las encuestas aplicadas también se utilizará la técnica de observación ya que ofrece desde un punto diferente con datos más reales.

#### **3.4.5. Instrumentos**

##### **Cuestionario**

El cuestionario representa el conjunto de preguntas utilizadas para obtener información específica de un tema determinado. Martínez (2014) afirmó que “el cuestionario es una técnica de recogida de información sobre opiniones, actitudes, habilidades, aplicable a amplias muestras representativas de poblaciones definidas (...), entorno a variables que intervienen en la investigación”. Se aplicará un cuestionario con

preguntas abiertas para la obtención de la mayor cantidad de datos posible de forma que se obtenga un análisis más completo de contexto y habitantes de la parroquia.

### **Ficha de observación**

La ficha de observación contiene la información detallada de objeto o sujeto de investigación desde el punto de vista del investigador. De acuerdo con Hernández (2000) indicó que:

La ficha de observación es una operación racional de la mirada desde la profesión (que matiza una forma de ver y de interpretar desde el *illiusio* profesional: su campo y sus disciplinas que las configuran), de forma detallada (...) sobre ciertos objetos indicativos que pueden ser significativos para diagnosticar las empresas.

De esta manera puede ser utilizada y aplicada de acuerdo con las características que son frecuentes de la población que se dedica a la venta de los productos y gastronomía.

### **Ficha Bibliográfica**

La ficha bibliográfica permite al investigador registrar los datos de las fuentes documentales utilizadas en la investigación. Ñaupas et al. (2018) afirmó que “Las fichas bibliográficas: son aquellas que registran los datos de la edición de un libro, esto es: el nombre del autor, el título, el año de impresión, lugar de impresión, la editorial, y el número de páginas del libro”. Este instrumento de investigación es utilizado en la investigación para detallar una de las fuentes principales para la obtención de datos de la parroquia de Chitán de Navarretes denominada PDOT, “Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial”

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.3. RESULTADOS

En la presente tabla se muestra información de los participantes que intervinieron en la elaboración del Focus Group.

**Tabla 3**

*Perfil de informantes*

N°	N° CÉDULA	NOMBRES Y APELLIDOS	DIGNIDAD	CANTÓN	PARROQUIA	TELÉFONO
1	0401319975	Arturo Alejandro Guamá Rodríguez	GAD Parroquial	Montúfar	Chitán de Navarretes	0993109764
2	0401476965	Adriana Maribel López Celín	GAD Parroquial	Montúfar	Chitán de Navarretes	0969509647
3	0401269873	Jonathan Javier Verdejo Mora	GAD Parroquial	Montúfar	Chitán de Navarretes	0980473503
4	0402131221	José Marcelo Frías Enríquez	GAD Parroquial	Montúfar	Chitán de Navarretes	0980187658
5	0401851282	Willington Javier Arévalo Cuaical	GAD Parroquial	Montúfar	Chitán de Navarretes	0994026770
6	0401125976	Ángel Gabriel Arteaga Mora	GAD Parroquial	Montúfar	Chitán de Navarretes	0997872565
7	0400461471	Manuel Mesías Soto Arcos	Habitante de la parroquia	Montúfar	Chitán de Navarretes	0988590455
8	0400618120	Martha Argentina Celín Pozo	Aso. Mujeres emprendedoras	Montúfar	Chitán de Navarretes	0987644476
9	1710356054	Laura Ermencia Guerrero	Aso. Mujeres emprendedoras	Montúfar	Chitán de Navarretes	0985585462
10	1759609249	María Isabel Meneses Cisneros	Aso. Mujeres emprendedoras	Montúfar	Chitán de Navarretes	0963058127
11	0401120969	Cruz Genoveva Borja Frías	Aso. Mujeres emprendedoras	Montúfar	Chitán de Navarretes	0968578624
12	0400516969	María Matilde Tutachá	Aso. Mujeres emprendedoras	Montúfar	Chitán de Navarretes	0991505341

<b>13</b>	0400739124	Noemy Yolanda Soto Guama	Aso. Mujeres emprendedoras	Montúfar	Chitán de Navarretes	0994888876
<b>14</b>	0400891073	Carmen Cecilia Pantoja Rodríguez	Jefe de hogar	Montúfar	Chitán de Navarretes	0986037785
<b>15</b>	0400403382	Víctor Oswaldo López Vizcaíno	Jefe de hogar	Montúfar	Chitán de Navarretes	0999322753
<b>16</b>	0400455945	Doris Gloria Celín Pozo	Jefe de hogar	Montúfar	Chitán de Navarretes	2220 131
<b>17</b>	0400409108	Martha Odilia Frías Enríquez	Jefe de hogar	Montúfar	Chitán de Navarretes	N/A
<b>18</b>	0400987749	Wilfrido Ramiro Borja Frías	Jefe de hogar	Montúfar	Chitán de Navarretes	0982532607
<b>19</b>	0400752663	Guadalupe del Rocío Tutachá Vaca	Jefe de hogar	Montúfar	Chitán de Navarretes	2220 130
<b>20</b>	1712460805	Liliana Tutachá Vaca	Jefe de hogar	Montúfar	Chitán de Navarretes	2220 113
<b>21</b>	0400674990	Luis Arturo Guamá Rodríguez	Jefe de hogar	Montúfar	Chitán de Navarretes	0968486963
<b>22</b>	0402005763	Maritza Gabriela Villota Ceballos	Turista	San Pedro de Huaca	Huaca	0986488726
<b>23</b>	0401875851	Tania Damaris Imbaquingo Jácome	Turista	San Pedro de Huaca	Mariscal Sucre	0997722377
<b>24</b>	0401759667	Lizandro Renán Huera Getial	Turista	Tulcán	Julio Andrade	0988039033
<b>25</b>	0402065015	Eliana Estefanía Salazar Carlosama	Turista	Montúfar	Cristóbal Colón	0988639701
<b>26</b>	0401707070	Jhony Daniel Vaca Fuertes	Turista	San Pedro de Huaca	Huaca	0988481894
<b>27</b>	0401800214	Jorge Homero Cuasapaz Celín	Turista	Montúfar	Piöter	0992315458
<b>28</b>	0450097688	Jenny Lizeth Arévalo Huaca	Turista	Montúfar	San Gabriel	0988148395
<b>29</b>	0401101894	Mary Elizabeth Reascos Orbe	Hacendado	Montúfar	Chitán de Navarretes	0988356852

*Nota.* En la tabla anterior se muestran las características de los informantes seleccionados

### 4.3.1. Análisis e interpretación de resultados

La información que fue recolectada mediante la aplicación del Focus Group, se encuentra sintetizada y ordenada con base a un método de categorización en relación a un análisis de interpretación constante del diagnóstico de mercado de la parroquia, como se muestra en las tablas a continuación.

**Tabla 4**

#### *Diagnóstico de mercado – Focus group*

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	RESULTADOS
1. Diagnóstico de mercado	1.1. Producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ganadería y porcicultura y agricultura</li> <li>• Cultivo y comercialización de papa, maíz, habas, mellocos, arveja, ajo, perejil, zanahoria y legumbres como: acelga, espinaca, repollo y cebolla.</li> <li>• Producción de leche y derivados.</li> <li>• Comercialización de carnes.</li> <li>• Pequeños emprendimientos de comida tradicional como: Café con empanadas, quimbolitos, humitas, pollo asado, cevichochos, comida rápida.</li> <li>• Venta de productos de primera necesidad y helados de Salcedo. Presencia de sitios Turísticos potenciales.</li> <li>• Crianza de animales menores.</li> <li>• Venta de artesanías</li> </ul>
	1.2. Demanda	<p>Los puntos de venta principales son la calle Olmedo transitada principalmente los fines de semana. El gasto de la familia depende del número de integrantes con aproximación a los 200 usd por familia.</p> <p>Preferencia de productos locales en especial la leche, carnes, verduras.</p> <p>La demanda de productos está relacionada a la calidad del servicio, amabilidad y calidez del vendedor.</p> <p>Los turistas prefieren la visita a la parroquia por la compra de comida tradicional, helados de Salcedo, zonas naturales y lugares turísticos.</p> <p>Los jefes de hogar apoyan el consumo local, realizan compras a vendedores informales provenientes de la zona.</p> <p>Ingreso económico bajo.</p>
	1.3. Oferta	<p>Los puntos comerciales se encuentran fuera de la parroquia.</p> <p>Productos orgánicos.</p>
	1.4. Precio	<p>Consumo local.</p> <p>Producción menor.</p>
	1.5. Comercialización	<p>No existen intermediarios. Se brinda una excelente atención al cliente.</p> <p>Características de venta favorables.</p>

*Nota.* Resultados en relación a los factores correspondientes del diagnóstico de mercado.

**Tabla 5***Diagnóstico de mercado - PDOT*

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	RESULTADOS
2. Diagnóstico de mercado	1.1. Producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 14% de la población se dedica a la agricultura y ganadería como principales actividades comerciales.</li> <li>• 13% a la crianza y venta de animales menores.</li> <li>• 4% dedicado al comercio y venta de productos de primera necesidad.</li> <li>• 4% se enfoca en la comercialización en puestos de comida tradicional.</li> <li>• 3% se dedica a la venta de artesanías</li> <li>• Sitios Turísticos viables.</li> </ul>
	1.2. Demanda	<p>Los puntos de venta principales son la calle Olmedo con una afluencia del 33,7% de turistas los fines de semana.</p> <p>Gasto familiar en compra de alimentos en la parroquia 11%.</p> <p>Demanda de productos agrícolas, 98% San Gabriel, Bolívar y Quito (haciendas).</p> <p>La producción de leche aproxima a 6000 lts/día (haciendas).</p> <p>El 26% del Ingreso económico de los habitantes proviene del Jornal con un sueldo de hasta 300 usd mensuales, 14% son empleados privados, 13% a cuenta propia.</p>
	1.3. Oferta	<p>Existencia de Asociaciones, organizaciones dedicadas a la venta de comida tradicional, artesanías, crianza y venta de animales menores, comercialización de víveres de primera necesidad y comercialización de insumos agropecuarios.</p> <p>El 87% de la población realiza compras en San Gabriel, 4% en Julio Andrade y el 1% en la ciudad de Tulcán.</p> <p>El mercado principal de la parroquia se encuentra en San Gabriel y Cristóbal Colón.</p>
	1.4. Precio	Sin datos
	1.5. Comercialización	<p>La infraestructura para la producción es limitada, se identifica la ausencia de establecimientos para la comercialización local.</p> <p>Bajo nivel de educación complementaria que fortalezca a la población en temas de emprendimiento.</p> <p>En promedio las familias gastan 189.45 usd mensuales en alimento, educación y medicina.</p>

*Nota.* Adaptado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial ([PDOT], 2020). Resultados en relación al análisis realizado de los factores correspondientes al diagnóstico de mercado de acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la parroquia.

## **Producto**

La parroquia Chitán de Navarretes se caracteriza por la agricultura y ganadería como actividades comerciales principales quienes representan el 14% de la población, en la zona se realiza el cultivo de papa, maíz, habas, mellocos, arveja, ajo, perejil, zanahoria, acelga, espinaca, repollo y lechuga, todos estos productos son comercializados en menor escala, por otra parte, el 13% de la población se dedica a la crianza y venta de animales menores en pie o faenados a la vez que se establece la comercialización de carnes. En la localidad el 4% de la población se enfoca en la comercialización de comida tradicional, quienes representan dicha actividad comercial es la “Asociación de Mujeres Emprendedoras”, las cuales se dedican a la venta de: café acompañado de empanadas, quimbolitos y humitas también cevichochos, comida rápida como salchipapas o pollo asado. El 4 % de la población se dedican al comercio y venta de productos de primera necesidad en donde es importante mencionar la presencia de “Los Helados de Salcedo” (Cotopaxi), estos productos son conocidos por sus altos estándares de calidad, sabor y nutrición. La “Asociación del Adulto Mayor Virgen del Carmen” se dedica a la venta de artesanías que se elaboran en la zona y representan el 3% de la población que realiza dicha actividad. Geográficamente en la localidad se puede identificar sitios turísticos conocidos: La Gruta, Cascada de Guadir, Páramo de las Orquetas y Bosque de encinos.

Mediante el estudio realizado se puede identificar productos que poseen un valor agregado reconocido en la calidad, servicio y atención al cliente, perteneciendo al grupo de productos diferenciados: café con empanadas, quimbolitos y humitas también cevichochos, comida rápida como salchipapas o pollo asado, también se encuentra la disponibilidad materias primas en cantidades menores, por lo tanto pertenecen al grupo de productos no diferenciados como: leche, papa, maíz, habas, mellocos, arveja, ajo, perejil, zanahoria, acelga, espinaca, repollo y lechuga. Por otra parte, las características que cumplen los

productos son: calidad, disponibilidad ya que se encuentra en función de los beneficios para resolver las necesidades y también el precio que se logra adaptar a la disponibilidad de ingresos de los habitantes.

### **Demanda**

770 habitantes corresponden a la población de la parroquia Chitán de Navarretes la cual se encuentra en una zona rural, en la localidad la calle Olmedo es transitada los fines de semana con una afluencia del 33,7% de turistas, de esta manera la comercialización se desarrolla en este punto principal, existe cierta preferencia de productos locales los cuáles son destinados a San Gabriel, Bolívar y Quito que representa el 98%, uno de los productos que poseen esta característica es la leche ya que en la zona, la producción es de 6000 lts/día en haciendas, además de carne y verduras. El 26% del ingreso económico de los habitantes proviene del jornal en donde el sueldo es de \$300 mensuales, además los jefes de hogar apoyan el consumo local realizando compras a vendedores informales de la localidad, por otra parte, la demanda de productos se encuentra relacionada con la calidad y atención al cliente, amabilidad y calidez, es por ello que los turistas visitan la parroquia para comprar y consumir comida tradicional, comida rápida y “Los Helados de Salcedo”, a la vez, visitar las zonas naturales y lugares turísticos que se encuentran en la localidad ya que se puede considerar como sus gustos y preferencias más importantes. Entre los hábitos de consumo se pueden describir la frecuencia de visita de turistas, en donde el 11,96% corresponde a una vez al mes y el 16,30% corresponde a la presencia con intervalo de quince días.

### **Oferta**

En la parroquia Chitán de Navarretes se realiza la venta a menor escala de los siguientes productos: papa, maíz, habas, mellocos, arveja, ajo, perejil, zanahoria, acelga, espinaca, repollo y lechuga los cuáles son sembrados y cosechados de manera orgánica, también sus habitantes se dedican a la crianza y venta de animales menores en pie y

faenados además de comercializar víveres de primera necesidad e insumos agropecuarios. La “Asociación de Mujeres Emprendedoras” se dedican a la venta de: café con empanadas, quimbolitos y humitas también cevichochos, comida rápida como salchipapas o pollo asado las cuáles se describen como comida tradicional y comida rápida y finalmente la venta de artesanías elaboradas por la “Asociación del Adulto Mayor Virgen del Carmen”. Por otra parte, se puede mencionar que los puntos comerciales se encuentran fuera de la parroquia, por ende, el 87% de la población debe trasladarse para realizar sus compras en San Gabriel, el 4% se dirige a Julio Andrade y el 1% a Tulcán, que a su vez se pueden describir como competidores ya que atraen a la población local.

### **Precio**

Los habitantes de la Parroquia Chitán de Navarretes poseen pequeños huertos en donde siembran productos a menor escala los cuales son destinados para la venta, consumo personal y consumo local, los vendedores de la zona establecen precios al minorista debido a las cantidades bajas de producción y por lo tanto no se pueden fijar precios al mayorista ya que no poseen grandes extensiones de terreno en donde puedan sembrar en cantidades mayores.

### **Comercialización**

Los comerciantes de la parroquia Chitán de Navarretes utilizan como estrategias de comercialización la excelente atención y servicio al cliente, amabilidad y cortesía, originalidad, promociones como características favorables, por otra parte, se puede mencionar que existe un enfoque hacia un mercado minorista realizando directamente las ventas sin la intervención de intermediarios y que se puede identificar cantidades menores de comercialización. En la localidad la infraestructura para la comercialización es limitada ya que se puede identificar la ausencia de puntos y establecimientos en donde se puedan realizar compras y ventas.

Las siguientes tablas muestran los resultados obtenidos de la investigación con base al análisis del emprendimiento tomando en cuenta indicadores como: innovación, toma de decisiones, clientes y propuesta de valor.

**Tabla 6**

*Emprendimiento – Focus group*

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	RESULTADOS
2. Emprendimiento	2.1. Innovación	<p>La innovación se encuentra presente en productos y servicios e incremento de valor de marca de la Parroquia Chitán de Navarretes en cuanto a diferenciación, valor agregado y procesos.</p> <p>Declinación de las prestaciones financieras de entidades como la Coop. San Gabriel y Coop. Tulcán.</p> <p>El GAD parroquial aporta con accesorios de cocina para facilitar la elaboración de productos alimenticios e impulsar el emprendimiento.</p> <p>Se apoya la producción artesanal. No se han realizado capacitaciones a los habitantes y miembros de asociaciones.</p> <p>La tenencia de tierras sigue siendo la principal problemática que dificulta el desarrollo y aprovechamiento de oportunidades de negocio</p>
	2.2. Toma de decisiones	<p>Los habitantes de la parroquia no poseen propiedades como terrenos para obtener materia prima de sus productos</p> <p>Adquisición de materia prima en mercados externos</p> <p>Falta de apoyo del GAD parroquial.</p> <p>Las razones por las que emprender: necesidad económica y educación.</p> <p>Existe oportunidad de financiamiento sin embargo existe el miedo a endeudarse sin recursos para solventar los pagos.</p> <p>La migración de los habitantes representa una gran problemática en el desarrollo, esto sucede a causa de la falta de trabajo, educación secundaria y superior.</p>
	2.4. Clientes/ Consumidores	<p>Los clientes forman parte de lugares externos cercanos a la parroquia como: San Gabriel, Pioter, Cristóbal Colón, Huaca, Tulcán.</p> <p>Visitan el lugar con regularidad debido a la calidad y buen trato de los habitantes.</p> <p>Existen clientes regulares.</p>
	2.5. Propuesta de valor	<p>Se plantea la mejora de los lugares turísticos como propuesta para potencializar la marca parroquial.</p> <p>Se plantean capacitaciones para incrementar la calidad de los productos y los servicios prestado a los clientes.</p> <p>Implementación de nuevas tecnologías para facilitar el trabajo de los comerciantes.</p>

*Nota.* Resultados en relación a los factores correspondientes al emprendimiento

**Tabla 7***Emprendimiento - PDOT*

<b>CATEGORÍA</b>	<b>SUBCATEGORÍA</b>	<b>RESULTADOS</b>
2.Emprendimiento	2.1. Innovación	<p>Zonas con potencial turístico e interés de la población por desarrollar este tema.</p> <p>Experiencia en agricultura (4% familias) y ganadería (10%)</p> <p>Iniciativas de emprendimientos identificadas.</p> <p>Existen oportunidades de asistencia tecnológica por parte de Ministerios competentes.</p> <p>Las personas que se dedican a la crianza de animales menores (13%), 67% venden los animales en pie y un 33% venden faenados.</p> <p>Fomento la producción y emprendimientos locales tales como: microempresa de hortalizas, industrialización de la papa y embotelladora de agua.</p>
	2.2. Toma de decisiones	<p>Débil desarrollo del turismo local como alternativa de dinamización económica.</p> <p>Escases de fuentes de empleo/ trabajo.</p> <p>Poca capacidad de inversión en tecnología para mejorar, diversificar la producción, generando valor agregado.</p> <p>Bajos niveles de producción.</p> <p>El 67.5 % de los habitantes financia sus actividades con recursos propios, el 32.5% mantiene fácil acceso a créditos.</p> <p>El 94% de los habitantes saben leer y escribir, un 45% han terminado la escuela, un 21% tienen título de bachiller y el 4% ha alcanzado un título de pregrado.</p> <p>Se evidencia un 2% de migración de la población especialmente en jóvenes por falta de oportunidades de trabajo.</p>
	2.4. Clientes/ Consumidores	Sin datos
	2.5. Propuesta de valor	<p>Se plantea brindar asistencia técnica, la adquisición de tierras, acceso a crédito con bajos intereses, mercadeo, mejoramiento de las instalaciones y pastos, así como apoyo en la comercialización, la mejora de los lugares turísticos como propuesta para potencializar la marca parroquial.</p> <p>Potencialidades de la parroquia: crianza de animales menores (16,2%); Creación de centro infantil con personal capacitado (9,72%); Vivienda (8,8%); Implementación de alcantarillado en la comunidad (8,8%) y Creación de microempresa de embotelladora de agua (7,41%)</p>

*Nota.* Adaptado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial ([PDOT], 2020).

Resultados en relación al análisis realizado de los factores correspondientes al

emprendimiento de acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la parroquia.

### **Innovación**

Los productos que se comercializan en la parroquia Chitán de Navarretes se encuentran en un nivel de innovación medio, ya que no existe un gran apoyo por entidades financieras en cuanto al acceso de préstamos financieros en donde el interés sea bajo, existe la intervención de ministerios los cuáles brindan asistencia tecnológica, por otra parte el GAD parroquial fomenta la producción y creación de emprendimientos locales relacionados con iniciativas identificadas tales como: microempresa de hortalizas, industrialización de la papa y el establecimiento de embotelladora de agua, además en el área de emprendimientos gastronómicos el GAD parroquial aporta con: carpas, mesas, sillas, vitrinas y equipos de bioseguridad y diferentes accesorios e indumentaria de cocina para lograr una eficiente elaboración de productos alimenticios y así generar un mayor impulso comercial. Mediante el análisis de los datos obtenidos se logró identificar que existe diferenciación y valor agregado en los productos relacionados con las gastronomía y elaboración manualidades realizadas de forma artesanal y es así que han logrado obtener un reconocimiento en lugares cercanos a la parroquia Chitán de Navarretes.

El GAD parroquial ha realizado la entrega de kits agrícolas y también pequeños grupos de animales para fomentar la crianza logrando así que el 13% de la población vendan los animales en pie y faenados, sin embargo, existen factores negativos que dificultan el desarrollo comercial y productivo de la zona tales como: la tenencia de tierras como la principal problemática, la declinación de los habitantes por el financiamiento a entidades externas y la baja atención para implementar de programas de capacitación destinados a los productores, asociaciones y habitantes.

### **Propuesta de valor**

El GAD parroquial plantea brindar asistencia técnica hacia los productores, la adquisición de tierras, el acceso a créditos en donde se establezcan bajos intereses, mercadeo, el mejoramiento de las instalaciones, el apoyo a la comercialización mejorar los lugares turísticos de la localidad. La parroquia Chitán de Navarretes promueve el valor agregado de los productos y servicios que se ofertan mediante el uso de técnicas artesanales, la utilización de abonos orgánicos para el cultivo de huertas, de esta manera se brinda a los consumidores bienestar y calidad al consumir productos libres de químicos y al adquirir piezas únicas de la zona. Conjuntamente, se promueve el uso de nuevas tecnologías para facilitar el trabajo de los comerciantes y proyectar la imagen de un pueblo trabajador a los visitantes. La parroquia Chitán de Navarretes es reconocida como un pueblo mágico, por sus recursos naturales y la cultura que posee, igualmente por la amplia variedad de oferta de productos agropecuarios y también la gastronomía de emprendimientos que se encuentran en el lugar. El GAD parroquial ha planteado propuestas para la mejora de la estructura económica, turismo y apoyo a sus habitantes como: creación de centro infantil con personal capacitado con el 9,72%, creación de viviendas que representa el 8% y la implementación de alcantarillado en la comunidad con el 8% como la creación de una microempresa de embotelladora de agua, de esta manera se logra incrementar y mejorar la marca de la parroquia Chitán de Navarretes con base a las necesidades y requerimientos de todos los habitantes.

### **Clientes/Consumidores**

Los productos que se ofertan en la parroquia Chitán de Navarretes como los emprendimientos atraen a consumidores y clientes que se encuentran en San Gabriel, Cristóbal Colón y San Pedro de Huaca, los comerciantes de la localidad se caracterizan por la excelente atención y servicio al clientes, amabilidad y cortesía, calidad e higiene de los

productos, de tal manera se pueden considerar las percepciones y experiencias de los clientes como aspecto positivo trascendental por lo que se puede realizar un cambio de clientes regulares a clientes principales.

### **Toma de decisiones**

En la parroquia Chitán de Navarretes se evidencia escases de fuentes de empleo, bajos niveles de producción, existe un débil desarrollo del turismo rural como una alternativa de desarrollo económico, además se puede mencionar que 67,5% de los habitantes financia sus actividades con recursos propios y el 32,5% mantiene acceso a créditos financieros, también existe un bajo nivel de escolaridad ya que el 45% de la población cuenta con estudios primarios, el 21% de los habitantes ha obtenido un título de bachiller, el 4% alcanzó un título de pregrado y se evidencia un 2% de migración de la población especialmente en jóvenes. Por otra parte, en el ámbito de los resultados que se obtienen mediante la preparación y educación, el 94% corresponden a habitantes que saben leer y escribir a la vez que el 45% de las personas han logrado terminar la educación escolar, el 21% han obtenido el título de bachiller y finalmente el 4% han alcanzado un título de educación superior (pregrado).

Las tablas que se encuentran a continuación indican los resultados de la investigación acorde con los impactos del aprovechamiento y potencialización de oportunidades de negocio en la parroquia.

**Tabla 8***Impactos – Focus group*

<b>CATEGORÍA</b>	<b>SUBCATEGORÍA</b>	<b>RESULTADOS</b>
3. Impactos	3.1. Socio cultural	El aprovechamiento de oportunidades de negocio permite a los habitantes mejorar su estilo de vida.  Se utilizan técnicas artesanales y se promueve la herencia de conocimientos para el cultivo y elaboración de productos
	3.2. Económico	El apoyo a emprendimientos locales mejora la economía de los habitantes de la parroquia por lo que existe un desarrollo conjunto de los habitantes y el GAD parroquial.
	3.3. Ambiental	Se reciclan materias primas como abono orgánico para las huertas incentivando al cuidado del medio ambiente.  Existe una propuesta para la implementación de basureros que serán distribuidos en zonas estratégicas de Chitán

*Nota.* Resultados en relación a los factores correspondientes al emprendimiento.

**Tabla 9***Impactos – PDOT*

<b>CATEGORÍA</b>	<b>SUBCATEGORÍA</b>	<b>RESULTADOS</b>
3. Impactos	3.1. Socio cultural	<p>Al 75% de las familias les gusta participar en las actividades culturales. El 68% considera que la Parroquia tiene los espacios necesarios para realizar las actividades culturales.</p> <p>Un 63% están orgullosos de pertenecer a la parroquia, 26% sienten alegría, 5% esperanza, 3% valentía y 2% tristeza</p>
	3.2. Económico	<p>Se evidencia una falta de fuentes de empleo y el limitado desarrollo económico debido a la alta concentración de factores de producción (tenencia de tierras), limitado acceso asistencia técnica y crédito.</p> <p>La zona es apta para la agricultura y ganadería, misma que es ejercida por haciendas, en tanto las familias en un 16% se dedican al jornal, 14% son empleados privados, 13% a cuenta propia y crianza de animales menores y 10% a la ganadería, entre las principales.</p>
	3.3. Ambiental	<p>Las iniciativas de conservación, desarrolladas por el GAD parroquial son: Protección del bosque 13%, adecuar los senderos 38% y protección de fuentes de agua 50%.</p> <p>El 85% considera que la deforestación es baja, un 14% media y 1% alta.</p> <p>La mayor causa de la deforestación es la extracción de madera, seguida por los cambios de uso para agricultura y ganadería.</p> <p>Se plantean proyectos ambientales relacionados con el manejo de residuos, protección uso y cuidado del agua, así como el tratamiento de aguas servidas.</p>

*Nota.* Adaptado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial ([PDOT], 2020).

Resultados en relación al análisis realizado de los factores correspondientes impacto de acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la parroquia.

### **Sociocultural**

En el ámbito socio cultural el 75% de las familias de Chitán de Navarretes les agrada participar en las actividades culturales, religiosas y conmemorativas de parroquialización que se realizan en la localidad, se puede evidenciar que el 68% menciona que en la localidad dichas celebraciones se desarrollan en lugares adecuados a la vez que 63% siente un orgullo de pertenecer a la parroquia, se complementa el 26% de habitantes que sienten alegría, el 5% representa la esperanza, el 3% valentía y el 2% siente tristeza. El aprovechamiento de las potencialidades que se encuentran en la localidad se basa en permitir la identificación de oportunidades de negocio y a la vez crear emprendimientos y también fortalecer las relaciones sociales trabajando en equipo con las autoridades y así se pueda lograr una mejor estilo de vida de los habitantes, además promover el uso de técnicas artesanales, así se mantienen los conocimientos ancestrales heredados por generaciones cuidando su identidad, sus raíces y brindando a sus clientes productos saludables y de calidad.

### **Económico**

En el ámbito económico la parroquia Chitán de Navarretes evidencia la falta de fuentes de empleo, el desarrollo económico se encuentra en un nivel bajo debido a la tenencia de tierras, limitado acceso a asistencia técnica y ciertas condiciones para el acceso a créditos financieros. Por otra parte, en la localidad la agricultura y ganadería es ejercida por haciendas, un 16 % de las familias se dedican al jornal, el 14% son empleados privados, el 13% a cuenta propia y se incluye crianza de animales y el 10% corresponde a la ganadería. Un impacto económico positivo en la localidad puede generar beneficios hacia los habitantes como: mejorar su calidad de vida, fuentes de trabajo, remuneración estable logrando incrementar su economía y el desarrollo.

### **Ambiental**

El GAD parroquial Chitán de Navarretes mantiene iniciativas de conservación como: protección de bosques de encinas y de las orquetas en un 13%, se plantea la correcta adecuación de senderos en un 38% y la protección de fuentes de agua en un 50%, para reducir el impacto negativo hacia la naturaleza existe una propuesta para la reutilización de fundas, en el proceso de compra de cualquier producto cada habitante de la localidad tiene el previo conocimiento de llevar cierta cantidad de fundas plásticas y de esta manera se reutiliza correctamente reduciendo el impacto hacia el medio ambiente. En la localidad el 85% de los habitantes considera que la deforestación es baja, el 14% considera que se encuentra en un nivel medio y el 1% en un nivel alto. Se plantean proyectos ambientales relacionados con el correcto manejo de residuos, protección, uso y cuidado del agua, así como el tratamiento de aguas servidas. Por otra parte, los habitantes de la zona cuentan con su propio huerto en donde utilizan abono orgánico cosechando productos libres de químicos y naturales, entre ellos se puede mencionar: cebolla, lechuga, limón, tomate de árbol. El objetivo principal es no utilizar químicos que alteren las características del producto y también evitar que dichos químicos se encuentren al aire libre.

### **Análisis de la ficha de observación**

En la tabla E9 se muestra la información que fue observada de los recursos naturales, potencialidades, infraestructura económica y capital financiero de la parroquia Chitán de Navarretes. Los resultados obtenidos indican que la mayor parte de la superficie del sector se encuentra relacionado con superficies forestales que no han sido manipuladas por intervención del hombre, de la misma forma se puede evidenciar que la zona destinada a actividades agrícolas ocupa únicamente 584,63 hectáreas las cuales en su mayoría pertenecen a las grandes haciendas de la localidad.

La ubicación rural de la Parroquia Chitán de Navarretes, considera como las principales actividades económicas en su mayoría se basan en: la agricultura, ganadería, silvicultura, industrias manufactureras, comercio, transporte y almacenamiento. De igual forma se identifica que en la región se encuentran recursos turísticos naturales entre ellas una cascada, gruta, reserva y bosque pudiendo apreciar también sitios culturales como la Virgen del Carmen, piezas de la cultura Pasto y festividades religiosas.

Se considera a la parroquia como zona potencial en vista de que cuenta con vías asfaltadas, planes de inversión programados para la potencialización económica de los emprendimientos locales, además de facilitar el acceso a servicios básicos, sin embargo, es evidente el limitado espacio con el que cuenta la población y la inexistencia de entidades financieras que permitan la inyección de capital en la zona.

#### ***4.3.2. Preguntas de investigación.***

##### **¿Cuál es la situación actual de la Parroquia Chitán de Navarretes?**

En la presente tabla se indica el análisis situacional FODA de la parroquia de Chitán de Navarretes, la cual ayudó a determinar la situación actual en la que se encuentra la zona estudiada.

**Tabla 10***Matriz FODA*

<b>PARROQUIA CHITÁN DE NAVARRETES</b>	
Fortalezas	F1. Zona de desarrollo agropecuario. F2. Suelos fértiles y productivos. F3. Riqueza natural bosques sub e interandinos. F4. Manifestaciones religiosas y culturales.
Debilidades	D1. Migración. D2. Tenencia de tierras. D3. Débil unión/Organización entre moradores. D4. Inseguridad en zonas con deficiente alumbrado público. D5. Limitado desarrollo económico. D6. Falta de fuentes de empleos. D7. Carencia de líneas de transporte público propias. D8. Falta de alumbrado público. D9. Limitado uso y acceso a medios tecnológicos. D10. Escasa presencia de unidades educativas. D11. Bajo nivel de educación.
Oportunidades	O1. Desarrollo tecnológico Global. O3. Financiamiento. O2. Academia – Investigación.
Amenazas	A1. Riesgos naturales. A2. Contaminación ambiental. A3. Aumento de la crisis económica del país. A4. Índices de desempleo nacional. A5. Deforestación. A6. Recesión económica.

*Nota.* En la tabla se indica el análisis FODA de la Parroquia Chitán de Navarretes.

La situación actual de la Parroquia de Chitán de Navarretes en el ámbito económico - comercial se puede identificar ausencia de establecimientos para la comercialización local generando problemas basados en necesidades insatisfechas por parte de sus habitantes, como: ausencia de supermercados, restaurantes lugares sociales/diversión, club deportivo, áreas comunales y el transporte público es muy escaso, de igual manera existe el problema del limitado acceso o disponibilidad de tierras, aspectos que no permiten generar actividades agropecuarias y además de recursos escasos para invertir. Las soluciones planteadas son el brindar adquisición de tierras, acceso a créditos con bajos intereses y el apoyo en la comercialización. Por otra parte existen oportunidades de negocio basadas en el desarrollo agropecuario de la localidad, y también los emprendimientos que se desarrollan en la Asociación de Mujeres Emprendedoras “Chitán de Navarretes”, esta organización posee ocho integrantes quienes se dedican a la venta alimentos tradicionales que se oferta en la Parroquia tiende a crear una cierta tendencia hacia un turismo gastronómico y natural de lugares como: La Gruta de la Virgen del Carmen, Bosque natural interandino, Páramo Orquetas, Bosques de encinos y la Cascada de Guadir.

### **¿Qué oportunidades de negocio se encuentran en la Parroquia?**

En la Parroquia de Chitán de Navarretes se encuentran las siguientes oportunidades de negocio:

- En la localidad se encuentra la “Asociación de Mujeres Emprendedoras”, quienes se dedican a la venta de: café con empanadas, quimbolitos y humitas también cevichochos, comida rápida como salchipapas o pollo asado, estos productos son considerados como oportunidades de negocio ya que pueden convertirse en un referente local gastronómico fortaleciendo el emprendimiento con base en el

desarrollo productivo, además es importante dar a conocer parte de los testimonios de sus habitantes en donde mencionan que se puede crear una cafetería, un mercado local, un negocio de comida típica para las personas que van de paso en la zona. Por otra parte, y retomando los antecedentes comerciales de la localidad, sus habitantes manifiestan que la industrialización de productos agro ganaderos como la papa y la leche entre los más principales, se pueden generar microempresas que oferten derivados de dichos productos como: snacks, quesos, yogurt y variedad de lácteos.

- En la Parroquia Chitán de Navarretes se encuentran sitios turísticos como: La Gruta de la Virgen del Carmen, Cascada de Guadir, Páramo de las Orquetas y Bosque de encinos, el turismo puede considerarse como una oportunidad de negocio en donde se puede realizar la implementación de un complejo turístico en donde se realicen tours comunitarios y rutas turísticas en donde exista la presencia de guías experimentados quienes den a conocer la historia de estos lugares. El GAD parroquial y mantienen un interés en potencializar el turismo local mediante el proyecto de restauración, en donde se pueda potencializar la cascada de Guadir desde el ingreso con senderos guiados y auto guiados.
- La Asociación de Adultos Mayores “Virgen del Carmen”, se dedica a la elaboración y venta de artesanías, las cuales poseen un potencial sobre la exclusividad y la personalización de piezas únicas con base a cada cliente, las artesanías pueden ser viables para la exportación a mercados externos a nivel nacional e internacional. De la misma forma, se tiene conocimiento de un grupo informal de madres solteras dedicadas a la crianza de animales menores que requieren de apoyo para industrializar su producto y comercializar cárnicos en la localidad.

- De acuerdo a los resultados obtenidos, existe un gran potencial al combinar la variedad de gastronomía y el turismo en donde los turistas puedan viajar y visitar la parroquia para disfrutar de la riqueza local generando un desarrollo económico y generando nuevos espacios gastronómicos como complemento se puede estudiar la factibilidad para la creación de una hostería natural para los visitantes quienes pueden recrearse con la biodiversidad que les rodea, observando escenarios mágicos en su estado natural.
- Por otro lado, se destaca el potencial de los recursos naturales de la zona para generar un emprendimiento de embotellamiento de agua gracias a la afluencia de vertientes que recorren en la localidad, así mismo, se destaca la posible generación de encadenamientos productivos para fortalecer el comercio como también el mejoramiento de canales de distribución y técnicas de negociación a fin de ampliar los segmentos de mercado existentes como lo son los mercados de San Gabriel y Julio Andrade.

### **¿Cuáles son las oportunidades de negocio que se adapten a las necesidades de los habitantes de la Parroquia?**

En la parroquia Chitán de Navarretes se encuentran diferentes problemáticas de las cuales se reconocen varias necesidades que afectan directamente el componente económico – productivo local, de esta forma se evidencia poca disponibilidad de terrenos para lo cual el GAD parroquial plantea el acceso a tierras para generar e incrementar la producción agro ganadera como actividades comerciales principales y así obtener niveles superiores productivos de papa y leche, por lo tanto, se debe considerar su industrialización generando oportunidades de empleo fomentando unión y organización entre todos los moradores.

Por otra parte, existe un débil desarrollo del turismo local en donde se plantea potencializar los sitios turísticos: La Gruta de la Virgen del Carmen, Cascada de Guadir, Páramo de las Orquetas y Bosque de encinos como una alternativa de dinamización de la economía, de la misma manera es importante considerar la creación de un complejo turístico donde se logren implementar tours comunitarios aprovechando el patrimonio de la localidad.

En el componente tecnológico se puede evidenciar que en la localidad existe poca capacidad de inversión, mejoramiento y diversificación en cuanto a la producción, para lo cual es importante lograr la implementación de asistencia técnica y tecnológica en beneficio para los agricultores, ganaderos, emprendedores y comerciantes a fin de facilitar la creación de nuevos emprendimiento en la zona contribuyendo a la generación de fuentes de empleo y mejorando la calidad de vida de los habitantes de la parroquia.

#### **4.2. DISCUSIÓN**

Los resultados que muestra la investigación deben iniciar de la perspectiva de la innovación y análisis de las oportunidades de negocio como lo indica Drucker (1985) en vista de que los emprendedores quienes son denominados como innovadores deben realizar un análisis de la situación actual de la Parroquia Chitán de Navarretes mediante la observación del entorno en donde se estudia el comportamiento de los moradores de la zona también escuchar las necesidades y requerimiento que tienen los clientes. Los emprendedores deben utilizar toda su capacidad y potencial mental para implementar ideas basadas en la innovación y plantear nuevos productos que obtengan alta demanda. Los habitantes de la parroquia poseen talento y mucho ingenio para convertir los elementos de su entorno en nuevas oportunidades ya que poseen experiencia en agricultura dedicándose un 4% de las familias a esta actividad y ganadería con un 10% según cifras del PDOT, por

lo que, es posible generar industrias procesadoras de papa y leche basadas en la innovación como ventaja competitiva de la población, de esta manera se puede lograr el principio económico – comercial y devolver nuevos resultados de corto o largo plazo.

Los hallazgos encontrados indican que existen varias actividades económicas practicadas en Chitán de Navarretes las principales se relacionan con la agricultura, ganadería, gastronomía tradicional y crianza de animales menores, estas son las encargadas de mantener estable la economía de la parroquia, esto se atribuye a Schumpeter (1942), quién indica que las actividades relacionadas al emprendedor son las principales responsables de la prosperidad de los organismos económicos por medio de la innovación, la toma decisiones y riesgos en función de las ganancias en un escenario donde la percepción y explotación de oportunidades logra el dominio de la empresa dentro del mercado.

Las oportunidades de negocios que se encuentran en la Parroquia Chitán de Navarretes, puede generar iniciativas por parte de sus habitantes como lo afirma Sallman et al. (1999) considerando al emprendimiento como un estilo administrativo en el cual se engloba a la búsqueda de oportunidades en relación a la ganadería, agricultura, turismo, actividades socio – culturales y el desarrollo de emprendimientos e ideas de negocio, de esta manera se puede desarrollar aquel espíritu emprendedor, generando en aspectos asociativos creando una nueva organización en donde se incluyan las personas como el talento humano capaz de enfrentarse hacia aquellas barreras y sobresalir siempre en aspectos de negocios, transformando los productos en oportunidades potenciales y también implementando nuevos procesos de producción y generando ingresos económicos.

Existen oportunidades de negocio dentro de la parroquia de Chitán las cuales permiten aprovechar las potencialidades de la localidad algunas de ellas refieren a la

posibilidad de la creación de un complejo turístico cultural y religioso, construcción de: restaurantes de comida tradicional, cafeterías, industria lechera, planta procesadora de papas fritas, microempresa embotelladora de agua, tercenas, un mercado local, implementación de huertos orgánicos además de la generación de encadenamientos productivos, mejoramiento de los canales de distribución, innovación tecnológica de los procesos productivos y el aprovechamiento adecuado de los recursos locales como suelos fértiles y climas favorables como se muestra en el estudio realizado por Shane y Venkataraman (2000) quienes se centran en el emprendimiento como resultado del descubrimiento de potencialidades, evaluación de riesgos potenciales y aprovechamiento de oportunidades en relación a productos y servicios incluyendo procesos productivos asegurando que para lograrlo es necesaria la implementación de nuevas estrategias, métodos de producción y formas de organización. Siendo así necesaria la participación de las autoridades tanto del GAD municipal como de representantes de la junta parroquial quienes están en la capacidad de implementar estrategias de sostenibilidad y brindar apoyo a los habitantes de la localidad.

En la Parroquia Chitán de Navarretes existen oportunidades de negocio que se encuentran basadas en las necesidades insatisfechas de la zona como la falta de fuentes de empleo con un 21,4% y tenencia de tierras lo cual dificulta el desarrollo de actividades agropecuarias con un 14,61% según cifras del PDOT, además, se determina que existe ausencias de: mercados y supermercados, restaurantes, centros de pagos, bancos de barrio, lugares o áreas sociales de recreación. A partir de esto se puede realizar un análisis estratégico relacionado en identificar el lugar comercial que cuente con todos los factores positivos de desarrollo. De igual forma, conforme a Vera y Ullauri (2017) se concuerda que al implementar nuevas iniciativas de negocios se puede satisfacer en conjunto las necesidades identificadas en la parroquia, así, se puede realizar un portafolio de aquellas

oportunidades de negocio factibles de las cuales se generen estudios pertinentes a su implementación, considerando los factores económicos, recursos disponibles de la zona para implementar lugares comerciales.

El tras interpretar los datos obtenidos se arroja la necesidad económica como la principal motivación para los habitantes de la parroquia para emprender en pequeñas actividades económicas principalmente de los miembros de la Asociación de Mujeres Emprendedoras Chitán de Navarretes quienes reflejan el compromiso y la determinación para asumir riesgos a través de la comercialización de productos gastronómicos, los resultados contrastan con los factores encontrados en la investigación de López et al. (2017) en la cual se determina que las necesidades además de la oportunidad se reconocen como principales factores respecto a la creación de emprendimientos, así mismo los resultados arrojan que las categorías compromiso, comunicación, riesgo, resignación, conocimiento, creatividad, habilidades de negociación, innovación además de la perseverancia están entre las capacidades de los habitantes para emprender.

Con base en la información presentada en la investigación de Pico (2016) se puede analizar que las iniciativas de emprendimiento son el resultado de la necesidad económica de las personas, considerando la situación en la que se enfrentan día a día las personas. En la parroquia Chitán de Navarretes, existen emprendimientos desarrollados por la Asociación de Mujeres Emprendedoras, la Asociación de adultos mayores “Virgen del Carmen” que se dedican a la venta de artesanías, Asociación San Gregorio que trabajan en la comercialización de productos agropecuarios y de la misma forma se ha evidenciado a un grupo de madres soletas que trabajan informalmente en la crianza de animales menores, estas asociaciones son conformadas por ciudadanos quienes manifiestan que su principal necesidad es la obtención de recursos económicos para sustentar a sus familias . Mediante la presente investigación se han reconocido aquellas

oportunidades de negocio que crean una ventana hacia el desarrollo comercial de la localidad. Mediante un análisis de mercado local se pueden implementar estrategias de negocios para la correcta implementación y ubicación del negocio que permita al emprendedor desarrollarse plenamente y continuar con descubriendo oportunidades en su localidad.

Finalmente, de acuerdo al análisis FODA elaborado con base a Ponce (2007) se plantean las siguientes estrategias ofensivas, defensivas, adaptativas y de supervivencia que buscan contribuir al desarrollo de la parroquia:

### ***Estrategias ofensivas***

- O1-F1: Implementación de nuevas tecnologías de producción para el pleno desarrollo agrícola y agropecuario.
- O2-F2: La academia debe generar asistencia técnica realizando estudios sobre propiedades, usos fértiles y productivos de los suelos, para promover la siembra y cosecha de nuevos productos.
- O3-F3-F4: Promover el acceso al financiamiento para invertir en mantenimiento, acondicionamiento e infraestructura de los lugares turísticos y sitios de esparcimiento de la localidad, con el fin de generar atracción a turistas.

Las presentes estrategias ofensivas dan a conocer las características que debe poseer la parroquia Chitán de Navarretes considerando diferentes aspectos, en la localidad el 14% de la población se dedica a la agricultura y ganadería como las principales actividades comerciales, por ende, se demuestra la importancia de generar un seguimiento y apoyo para implementación de tecnologías para producción e industrialización de las materias primas principales que se consideran como la papa y la leche, además considerar la disponibilidad y variedad de productos locales. Por otra

parte, se debe promover el acceso a préstamos financieros con bajos interés y facilidades de pago para las personas que se encuentren en zonas rurales.

La presencia de la academia mediante actividades de investigación puede demostrar hallazgos importantes y significativos que describen la realidad en cuanto a oportunidades de negocio de la localidad.

### ***Estrategias defensivas***

- F1-F2-A3-A4-A6: Impulsar las zonas de desarrollo agrícola y agropecuario que se encuentren orientadas al crecimiento productivo utilizando sus suelos y zonas fértiles, de esta manera microeconómicamente se puede contribuir a revalorizar la economía del país, generando nuevas plazas de trabajo, reduciendo los índices de desempleo nacional.
- F3-F4-A1-A2-A5: Promover un desarrollo ambiental sustentable empleando la riqueza natural de bosques interandinos y el patrimonio local mediante el cuidado y respeto, que generen concientización dirigida a las personas sobre las amenazas de contaminación, deforestación y riesgos ambientales.

Las estrategias defensivas dan a conocer como la parroquia Chitán de Navarretes debe establecer un comportamiento en el componente económico – productivo y en el cuál se puede mencionar que el sector agrícola como agropecuario son considerados como fuentes del crecimiento comercial, por lo que es importante tomar acciones que beneficien y faciliten el acceso a terrenos para los habitantes quienes podrán destinar a actividades de producción y la ganadería. Por otra parte, se puede mencionar el impacto ambiental en donde es importante generar concientización sobre los habitantes, dando a conocer el cuidado del patrimonio local, la conservación de los

bosques interandinos, cuidado de los lugares turísticos propios de la zona como del medio ambiente.

### *Estrategias adaptativas*

- D1-D2-D3-D7-O3: Las instituciones financieras deben generar campañas que se encuentren dirigidas a los habitantes locales, sobre el fácil acceso a préstamos de dinero con un bajo interés, de esta manera se contribuye a adquirir terrenos para un fin productivo, creación de transporte cotidiano, contrarrestando la migración y fortaleciendo la unión entre moradores.
- D4-D5-D6-D8-D9-O1: La tecnología constituye una herramienta para el desarrollo y crecimiento de la economía local de la cual se desprende la función de implementar nuevas formas de incrementar los procesos de producción creando fuentes de empleo, también es importantes estimular el acceso a medios tecnológicos creando talleres o cursos de capacitación para las personas. Las adopciones de tecnologías ambientales generan la creación de luz (alumbrado público) mediante paneles solares que almacenan energía.
- D10-D11-O2: Las instituciones educativas de nivel superior deben generar estudios donde se determine el nivel de escolaridad de los habitantes y de esta manera elevar los resultados a las instituciones pertinentes y gestionar la creación de unidades educativas.

Las estrategias adaptativas describen como la parroquia Chitán de Navarretes debe generar y mantener los negocios y entre ellas se menciona que como parte fundamental las instituciones financieras generen un apoyo en cuanto al acceso de préstamos en donde se encuentre establecido un mínimo interés, además generar

campañas informativas sobre préstamos para el emprendimiento y de esta manera los habitantes de la zona obtendrán el conocimiento necesario para tomar la iniciativa de generar emprendimientos, como una parte importante para el desarrollo productivo es la tecnología en donde se deben crear capacitaciones, talleres y asistencia técnica, que deben ser impartidas por representantes del GAD parroquial e instituciones externas y finalmente analizando el componente educativo se evidencia un bajo nivel de educación que poseen los habitantes por lo cual es pertinente adecuar o gestionar la creación de unidades educativas.

### ***Estrategias de supervivencia***

- D1-D3-D5-D6-D7-D9-D10-A3-A4-A6: Adoptar y ejecutar decisiones de implementación tecnológica para generar planes y acciones de desarrollo económico local, creando posibilidades laborales, generando organizaciones unidas por un fin común.
- D2-D4-D8-A1-A2-A5: Ejecutar estudios sobre las necesidades que posee la Parroquia Chitán de Navarretes con el fin de implementar alumbrado público y transporte propio, además se debe ampliar el acceso a propiedades y terrenos para el desarrollo agropecuario.

Las estrategias de supervivencia describen como el componente económico de la parroquia Chitán de Navarretes debe mantenerse y perdurar, de esta manera se menciona la importancia que tienen los niveles tecnológicos que pueden ser creados e implementados en la producción local, en donde la creación de fuentes de empleo es fundamental para desarrollo económico de los habitantes. Por otra parte, se mencionan las necesidades de la localidad las cuáles deben ejecutarse acorde a lo establecido en el PDOT.

## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

Una vez culminada la investigación se puede concluir que el emprendimiento permite aprovechar las oportunidades de negocio de un determinado sector con base al análisis de potencialidades, innovación, enfoque psicológico, estratégico y un equilibrio económico del mercado, convirtiéndolas en actividades económicas rentables generadores de riquezas.

La presente investigación utiliza un enfoque cualitativo en vista de que se centra en el estudio, análisis subjetivo e interpretación de las potencialidades que posee la parroquia Chitán de Navarretes relacionadas con la descripción de la realidad del sector con base a gustos, preferencias, demanda y oferta. El diseño utilizado es no experimental y se cuenta con una modalidad documental y de campo debido a que se utiliza información de fuentes bibliográficas como también datos de fuentes primarias. Se aplicó el tipo de investigación denominado teoría fundamentada ya que permite interpretar y aproximarse a la realidad social del sector.

A través de este estudio se determinó la situación actual y evolución futura de la Parroquia Chitán de Navarretes, basadas en aquellas necesidades insatisfechas de los habitantes de la zona, actualmente existen ausencia de servicios que son comunes en las ciudades lo cual genera una recesión en el desarrollo comercial, por otra parte, mediante este análisis se derivan las oportunidades de negocio que pueden ser aprovechadas correctamente por los habitantes y que se puedan explotar en el sector.

Las bases teóricas que fundamentan la investigación se basan en hallazgos de autores como Drucker, Schumpeter, Shane, Stevenson y Castro quienes relacionaron la influencia del aprovechamiento adecuado de las oportunidades como un aspecto para el desarrollo económico, desarrollo social, innovación, y posicionamiento de

emprendimientos dentro del mercado con base a la implementación de estrategias y el uso adecuado de los recursos.

Tras la información obtenida de la recolección de datos utilizando la técnica denominada Focus Group, se determina el cumplimiento total de todos los participantes quienes aportaron con datos concretos y relevantes de la realidad económica y el manejo de los emprendimientos además de potencialidades de la parroquia y sus ciudadanos para generar actividades económicas y fuentes de empleo.

Con base al análisis de los datos obtenidos, en la Parroquia de Chitán de Navarretes existen oportunidades de negocio que pueden potencializarse en posibles emprendimientos a partir de actividades agropecuarias como la creación de industrias, producción y comercialización gastronómica, difusión del turismo local, entre otros, donde las autoridades del GAD Parroquial mantienen una visión favorable para el desarrollo económico de sus habitantes.

Los resultados que fueron obtenidos en la presente investigación, serán presentados a las autoridades del GAD Parroquial quienes tomarán acciones en beneficio del desarrollo local y de todos sus habitantes a través de la potencialización de oportunidades de negocio aprovechando los recursos locales.

## 5.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar un análisis situacional periódico de la parroquia Chitán de Navarretes implementando la herramienta FODA con el fin de identificar aquellos factores internos y externos que pueden contribuir a la toma de decisiones y generación de estrategias en beneficio de los habitantes.

Es necesario revisar las bases teóricas a profundidad citadas en el presente informe en vista de que contiene información relevante en función del tema de investigación relacionado a oportunidades de negocio con aportes de autores de renombre que permitirán enriquecer con nuevos conocimientos las mentes de los lectores.

Se recomienda a las autoridades de la parroquia Chitán de Navarretes capacitar a sus habitantes en temas de emprendimiento, aprovechamiento de oportunidades y sustentabilidad del negocio a miembros de las respectivas asociaciones en especial a la “Asociación de Mujeres Emprendedoras Chitán de Navarretes” identificando y potencializando las características en los procesos de producción y el uso adecuado de los recursos locales mejorando permitiendo el desarrollo económico del sector.

Incentivar a los jóvenes y adultos a emprender aprovechando las oportunidades de negocio con base al turismo cultural y religiosos, industrialización de productos y el correcto uso de recursos de la zona a partir de asistencia tecnológica y acceso a préstamos financieros que permitan generar un desarrollo en redes comerciales, nuevos mercados de alimentos y venta de animales menores.

En relación con la presentación del informe de investigación se recomienda a las autoridades hacer uso pertinente de la información contenida en el documento únicamente en beneficio de la sociedad a fin de generar estrategias y toma de decisiones que garanticen el desarrollo económico de la parroquia Chitán de Navarretes y de sus habitantes.

#### IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arboleda, G. (2001). *Proyectos, Identificación, Formulación, Evaluación y Gerencia*. AC Editores.
- Banco Mundial. (2020). *bancomundial.org*. Recuperado de <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/e/ecuador/ECU.pdf>
- Banco Mundial. (enero de 2021). *pubdocs.worldbank.org*. Recuperado de <http://pubdocs.worldbank.org/en/411411599838740469/global-economic-prospects-january-2021-regional-overview-lac-sp.pdf>
- Banco Mundial. (05 de enero de 2021). *bancomundial.org*. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2021/01/05/global-economy-to-expand-by-4-percent-in-2021-vaccine-deployment-and-investment-key-to-sustaining-the-recovery>
- Barragán, R. (6 de septiembre de 2019). *Diario El Norte*. Recuperado de <https://www.elnorte.ec/editorial/articulist/la-economia-en-la-provincia-del-carchi-EK509273>
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos. El capital Humano de las organizaciones*. McGraw Hill.
- Coral, C. E., y Ordóñez, E. Z. (2018). *Las potencialidades y el desarrollo emprendedor en el cantón San Pedro de Huaca*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- Crissien, J. O. (2009). Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. *Escuela de Administración de Negocios* (66), 67-84.
- Cue, A. M., y Quintana, L. R. (2014). *Fundamentos de Economía*. Grupo Editorial Patria.

- Da Silva, D. S., Colomé, C. L., Heck, T., Da Silva, M. N., y Vivero, V. (2015). Grupo focal y análisis de contenido en investigación cualitativa. *Scielo*.
- David, F. R. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. Pearson Educación.
- Duarte, T., y Ruíz Tibana, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica 15(43)*, 326-331.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Ediciones Granica S.A.
- González, R. (1997). *Metodología de la investigación social*. Aguaclara.
- González, N., & Solís, V. (2011). Descubrimiento de oportunidades empresariales: capital humano, capital social y género. *Innovar 21(41)*, 187-196.
- Hernández, R. (2000). *Las MIPYMES en Latinoamérica*. EUMED.
- Izquierdo, F., Ruiz, D., Guerra, M., García, M., Blasco, M., & Blasco, J. (2014). Metodología Cualitativa para la Validación de un Cuestionario de Recursos y Servicios en Cuidados Paliativos. *Psicooncología 11(1)*, 129-139.
- Játiva, M. A. (2017). Emprendimiento e Innovación una Oportunidad en el Ecuador. *DOCPLAYER*.
- Kirberg, A. S. (2014). *Emprendimiento Exitoso*. Ecoe Ediciones.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Education.
- Krugman, P. R., Wells, R., & Graddy, K. (2015). *Fundamentos de economía*. Reverté S.A.
- LAMB, HAIR, & McDANIEL. (2014). *MKTG*. Cengage Learning.
- López, J., Rodríguez, A. A., Portelles, D. E., & Lalama, J. M. (2017). Oportunidades de negócios que se abrem ventures na área de montanha da província de Bolívar. *Dominio de las ciencias 3(3)*, 1242-1262.
- Madariaga, J. E. (2014). *Emprendimiento e Innovación. Diseña y Planea tu Negocio*. Cengage Learning.

- Martínez, C. (2014). *Técnicas e Instrumentos de Recogida y Análisis de Datos*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Molina, J. H. (2007). *Economía Siglo 21*. El Conejo.
- Ñaupas, H., Valdivia, M. R., Palacios, J. J., Romero, H. E. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U.
- Objetivos de Desarrollo Sostenible. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Onwuegbuzie A. J, Dickinson W.B, Leech N.L y Zoran A.G, (2011) citado de Wilkinson (2004). Un marco cualitativo para la recolección y análisis de datos en la investigación basada en grupos focales. *Paradigmas: Una Revista Disciplinar de Investigación* 3(2), 127-157.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (2020). Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural Chitán de Navarretes.
- Pico, L. (1 de septiembre de 2016). Elemprendimiento por necesidad, una ventana hacia el desarrollo de oportunidades de negocios. *INNOVA Research Journal* 2(1), 131-136.
- Ponce, T. (Junio de 2007). La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e investigación en psicología* 12(1), 113-130).
- Pulido, M. (2015). Ceremonial y protocolo: méypdps y técnicas de investigación científica. *Opción* 31(1), 1137-1156).
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (Junio de 2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Escuela de Administración de Negocios* (82), 179-200.
- Salhman, W. A., Stevenson, H. H., Roberts, M. J., & Bhider, A. (1999). *The Entrepreneurial Venture*. Harvard Business School Press.
- Sánchez, J. S. (2013). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio*. IC Editorial.

Sapag, N., Sapag, R., & Sapag, J. M. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*.

McGRAW HILL.

Schumpeter, J. (21 de Septiembre de 2014). *Xvier Ferrás*. Recuperado de

<https://xavierferras.com/2014/09/una-definicion-de-innovacion/>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Toda una vida. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2017-2021*. Senplades.

Terán, E. F., & Guerrero, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *ESPACIOS*, 7.

Centro de Investigaciones Educativas y Pedagógicas. (2021). *Universidad de Antioquia*.

Recuperado de

<https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/generales/interna!/ut/p/z0/fY4xD4IwEI>

V\_iwMjaQWDOBJiTAiTJga6mLNUPS0t2Kvx51tIHFyc7r287-

4dE6xhwsALr0BoDejgW5Gd8k2ZLIsVr3f7quRFVhbb9eFYJ3nCKib-A-

EC3sdRFExIa0i9iTWDfRJo3ymIOLhfd7O9-mo0jpC8nH-

JuDfYQadcDDKMHiW4ibqA9JqmIOKq8xIkLmS6OKdmSufSsGhnVqMLpA2SNLi

YMPYGYrJWs-Eh2g8rWXHj/

Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*.

Pearson Education.

Vera, M., & Ullauri, I. (2017). *Universidad del Azuay*. Recuperado de

<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/7181>

Vigo, P. J. (2015). *Actitud Emprendedora y Oportunidades de Negocio*. Ideaspropias.





**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**ACTA**

**DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:**

**NOMBRE:** ESTRADA MONTENEGRO WILLIAM SANTIAGO      **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0401920129  
**NIVEL/PARALELO:** TITULACIÓN      **PERIODO ACADÉMICO:** ABRIL 2021 - MAYO 202

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** "OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE LA PARROQUIA CHITÁN DE NAVARRETES, CANTÓN MONTUFAR"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

**PRESIDENTE:** MSC. MALQUÍN VERA SONIA MARILÚ  
**LECTOR:** MSC. PÉREZ QUIROZ ROBERTH PATRICIO  
**ASESOR:** MSC. GARCÍA IBARRA VERÓNICA JANNETH

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

**EDIFICIO DE AULAS:** VIRTUAL    **AULA:** VIRTUAL  
**FECHA:** jueves, 27 de mayo de 2021  
**HORA:** 11H30

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	5,48
2) Trabajo escrito	2,53
<b>Nota final de PRE DEFENSA</b>	<b>8,02</b>

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el jueves, 27 de mayo de 2021

**SONIA MARILU** Firmado digitalmente  
por SONIA MARILU  
MALQUIN VERA  
Fecha: 2021.05.27  
16:11:38 -05'00'  
**MSC. MALQUÍN VERA SONIA MARILÚ**

**PRESIDENTE**



Firmado electrónicamente por:  
**VERONICA  
JANNETH GARCIA  
IBARRA**

**MSC. GARCÍA IBARRA VERÓNICA JANNETH**

**TUTOR**

Firmado digitalmente por: **ROBERTH  
PATRICIO PEREZ QUIROZ**  
Fecha y hora: 31.05.2021 16:00:16  
**MSC. PÉREZ QUIROZ ROBERTH PATRICIO**

**LECTOR**

**Adj.:** Observaciones y recomendaciones

## Apéndice B: Certificado del abstract por parte del Centro de Idiomas

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER****Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.**

**Autor:** María Fernanda Narvárez Velasco

William Santiago Estrada Montenegro

**Fecha de recepción del abstract:** 31 de marzo de 2021

**Fecha de entrega del informe:** 31 de marzo de 2021

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

**Observaciones:**

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Firmado electrónicamente por:

EDISON BOANERGES  
PENAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

<b>ABSTRACT- EVALUATION SHEET</b>				
<b>NAME:</b> María Fernanda Narváez Velasco				
<b>William Santiago Estrada Montenegro</b>			<b>DATE:</b> 31 de marzo de 2021	
<b>TOPIC:</b> "Oportunidades de Negocio de la Parroquia Chitán de Navarretes, Cantón Montúfar"				
<b>REMARKS AWARDED</b>		<b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>		
<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>WRITING COHESION</b>	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>ARGUMENT</b>	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>CREATIVITY</b>	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	<b>TOTAL 9</b>		

Apéndice C: Oficio de entrega del informe de investigación a las autoridades del GAD

Parroquial "Chitán de Navarretes"

Tulcán, 17 de agosto de 2021

Ing. Arturo Alejandro Guamá Rodríguez  
**PRESIDENTE GADPR CHITÁN DE NAVARRETES**  
 Presente. -

De nuestra consideración:

Reciba un cordial y atento saludo de parte de los estudiantes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a la vez augurar toda clase de éxitos en las funciones que tan acertadamente se encuentra desempeñando.

El presente tiene como finalidad, dirigirnos a usted a fin de poner en conocimiento que el trabajo de investigación denominado: "Oportunidades de Negocio de la parroquia Chitán de Navarretes, Cantón Montúfar", se ha logrado culminar de forma adecuada, en el cuál, se encuentra establecido como objetivo específico: socializar los resultados obtenidos con las autoridades del GAD parroquial "Chitán de Navarretes", por lo que, hacemos la entrega del presente informe esperando que este contribuya al desarrollo productivo, económico y comercial de la localidad.

Agradecemos la gentil atención prestada y anticipamos nuestros debidos agradecimientos.

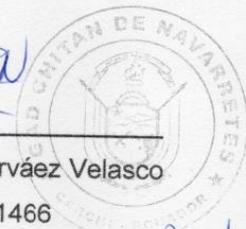
Atentamente,

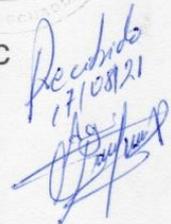


William Santiago Estrada Montenegro  
 C.I. 0401920129  
 ESTUDIANTE CAE - UPEC



María Fernanda Narváez Velasco  
 C.I. 0402091466  
 ESTUDIANTE CAE - UPEC



Recibido  
 17/08/21  




GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO - PARROQUIA RURAL CHITAN DE NAVARRETES  
 PARROQUIA RURAL CHITAN DE NAVARRETES  
 MONTUFAR - CARCHI - ECUADOR  
 ADMINISTRACION 2019-2023



ASISTENCIA DE PARTICIPANTES  
 FOCUS GROUP  
 OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE LA PARROQUIA CHITAN DE NAVARRETES

N°	CÉDULA	NOMBRES Y APELLIDOS	ORGANIZACIÓN	TELÉFONO CELULAR	FIRMA
1	0401125976	Rocio Ramirez Guertón	Mujeres Unidas Por el Progreso	0997872565	
2	0400018120	Roberto Celso Paez	Mujeres Unidas Por el Progreso		
3	1710056054	Lorena Guerrero	Mujeres Unidas Por el Progreso	0985585462	
4	1752609249	Maria Teresa Torres Cisneros	Mujeres Unidas Por el Progreso	0963058177	
5	040420964	Cruz Dorja	Mujeres Unidas Por el Progreso	0968578624	
6	0401851287	Anay Arcaiga	Comunidad Grupo de Amas	0944026770	
7	0400461471	Marcelo Fias	Mujeres Unidas Por el Progreso	098940455	
8	040213182-1	Maribel Estrella Javier Arevalo	Mujeres Unidas Por el Progreso GAD Parroquial	0980187658	
9	0400439124	Mariam Yolanda Sesto	Mujeres Unidas Por el Progreso	094888876	
10	0401476565	Adriana Isabel Lopez Celis	Unal del GSDP	0969509647	
11	0401269833	MAUVEL SOTO	Vocal GADP	0980473503	
12	0401319975	Arturo Alejandro Guamo Rodriguez	Presidente GAD Parroquial	0993109764	
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					





**GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO - PARROQUIA RURAL CHITAN DE NAVARRETES**  
**PARROQUIA RURAL CHITAN DE NAVARRETES**  
**MONTUFAR - CARCHI — ECUADOR**  
**ADMINISTRACION 2019-2023**



**PARTICIPANTES**  
**OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE LA PARROQUIA CHITAN DE NAVARRETES**

Nº	CÓDULA	NOMBRES Y APELLIDOS	DESCRIPCIÓN	TÉLEFONO CELULAR	FIRMA
1	0400891073	Carmen Cecilia Parra Rodríguez	Jefe de hogar	0986037785	
2	0400403382	Victor Oswaldo López Vicedine	Jefe de hogar	0999322753	
3	0400455945	Doris Gloria Celín Rizo	Jefe de hogar	2220131	
4	0400909108	Martha Odilia Frías Encarnación	Jefe de hogar	N/A	
5	0400987749	Wilfredo Ramiro Parra Frías	Jefe de hogar	0999332607	
6	0400752663	Tatiana Vaca Guadalupe del Arce	Jefe de hogar	920130	
7	1712460805	Liliana Tatiana Vaca	Jefe de hogar	2270113	
8	0400674990	Luis Arturo Gama Rodríguez	Turista	0968486963	
9	0402005763	Karitza Gabriela Villota Ceballos	Turista	0986488726	
10	0401875851	Tania Damaris Imbuingo Jicome	Turista	099722377	
11	0401759667	Alexandro Renán Huera Ceval	Turista	0988039033	
12	0402065015	Eliana Estefanía Salazar Carlosama	Turista	0988039701	
13	0401707070	Jhony Daniel Vaca Fierres	Turista	0988481894	
14	0401800214	Jorge Homero Casapaz Celín	Turista	0992315438	
15	0450097088	Jenny Lizeth Arévalo Huaca	Turista	098848395	
16	040101894	Mary Elizabeth Reasco Oribe	Hacendado	0988356852	
17					
18					
19					
20					



## Apéndice E: Instrumento de investigación – Focus Group

### **LUGAR DE REALIZACIÓN**

La crisis global del COVID-19, afecta la ejecución del Focus Group de manera presencial, ya que se requiere asegurar el distanciamiento social. De esta manera se realizará un Focus Group virtual, con todos los participantes mediante la plataforma de comunicación Zoom.

### **OBJETIVOS**

- Obtener información sobre las oportunidades de negocio que se encuentran en la localidad.
- Analizar los aspectos positivos y negativos que inciden en el desarrollo parroquial.
- Realizar una descripción detallada, sobre el contexto en el que se desarrolla las actividades económicas de los habitantes de la parroquia.

### **REGLAS DE PARTICIPACIÓN**

- Se convocaron 9 participantes y se prevé la asistencia de 7 personas.
- Incentivar a la participación, pero evitar remuneraciones.
- Explicar objetivamente las temáticas a tratar y la dinámica del grupo.
- Obtener el consentimiento de los participantes para iniciar la grabación.
- Se elige un lugar agradable, sin contradicciones simbólicas para los participantes.
- Los participantes podrán interactuar a través de medios digitales.
- El moderador se adaptará a las características del grupo y se expresará con naturalidad.
- Se procurará intervenir lo menos posible, salvo si el grupo se vuelve inoperativo.
- La duración máxima es de dos horas y media, evitando que el grupo se disgregue.

- Cada participante tendrá un máximo de 3 min para expresar su punto de vista sobre el tema tratado.
- Se prohíbe totalmente el uso de un lenguaje inapropiado y cualquier tipo de discriminación.
- La reunión finalizará con una ronda de intervenciones concluyentes y se agradece la participación de todos los miembros.

### **TIEMPO DE DURACIÓN DE LA SESIÓN**

El tiempo de duración estimada para la reunión del focus está contemplado entre dos horas y un tiempo excedente de 30 min en los cuales se harán conclusiones finales y sugerencias.

### **MODERADOR.**

El moderador es una persona con aptitudes de líder, y facilidad para hablar en público, posee conocimiento de los objetivos del “focus group”, está en la capacidad de formular las preguntas de manera clara, además de dirigir al grupo en la dirección establecida manteniendo una posición neutral.

Persona encargada: William Santiago Estrada Montenegro, estudiante de la UPEC en la carrera de Administración de Empresas.

### **OBSERVADOR.**

El observador debe generar un tipo de atención colectiva, resultando un apoyo para el moderador en la conducción de todas las personas, es recomendable tomar nota de las reacciones e intervenciones verbales y no verbales de todo el grupo.

Persona encargada: María Fernanda Narváez Velasco, estudiante de la UPEC en la carrera de Administración de Empresas.

## **BANCO DE PREGUNTAS**

### **1. Tema a proporcionar: Estudio de Mercado**

#### **PRODUCTO**

- ¿Cuáles son las actividades comerciales más importantes en la Parroquia?
- ¿A qué actividad comercial se han dedicado mayormente los habitantes de la Parroquia?
- ¿Cuáles son los productos que tienen mayor demanda en la Parroquia?
- ¿Qué acciones se han tomado para que dichos productos, puedan adquirir estándares de calidad?
- ¿Por qué cree que las personas adquieren estos productos?
- ¿Considera que los productos locales representan una competencia para otros mercados?
- ¿A quien considera como sus principales competidores?
- ¿Existen productos que han sido ignorados y que pueden ser aprovechados como oportunidades de negocio?

#### **DEMANDA**

- ¿Cuáles son los puntos de venta que existen en la Parroquia?
- ¿Cuál es el gasto estimado de la canasta familiar de los habitantes de la Parroquia?
- ¿Cuáles el nivel de ingreso económico promedio de los habitantes de la Parroquia?

#### **OFERTA**

- ¿Cuáles son los mercados, que considera como su competencia?, cuál cree que es el principal.
- ¿Cuáles son las características, que diferencien a sus productos de los demás?

#### **PRECIO**

- ¿Los productos locales se encuentran dirigidos a un mercado mayorista o minorista?

#### **COMERCIALIZACIÓN**

- ¿Las microempresas, asociaciones y pequeños productores cuentan con intermediarios para comercializar los productos fuera de la Parroquia?
- ¿Cuáles son las estrategias de comercialización utilizadas por los productores de la Parroquia?

## **2. Tema a proporcionar: Emprendimiento**

### **INNOVACIÓN**

- ¿Qué tipos de emprendimientos se han generado en los últimos años?
- ¿Cuáles son las entidades financieras a las que pueden acceder los productores?
- De las entidades mencionadas anteriormente, cuál presenta mayores facilidades para los productores.
- ¿Qué medidas se han tomado para impulsar el emprendimiento en la Parroquia?
- ¿Se ha implementado innovación tecnológica, para mejorar los procesos de producción?
- ¿Se han generado proyectos de capacitaciones para los productores de la Parroquia, cuáles?
- ¿Qué problemáticas se han generado a partir de la tenencia de tierras?

### **TOMA DE DECISIONES**

- ¿Cuáles son las barreras que impiden la generación de oportunidades de negocio?
- ¿Por qué cree que los jóvenes, presentan temor a emprender?
- ¿Por qué la Parroquia presenta un alto índice de migración de habitantes, especialmente de jóvenes?

## **3. Tema a proporcionar: Impacto de la investigación**

### **IMPACTO MEDIOAMBIENTAL**

- ¿Se ha considerado el cultivo de productos orgánicos en la Parroquia?
- ¿Qué medidas se han tomado, para reducir el impacto ambiental?

Tabla F11: Instrumento de investigación. Ficha de observación.



Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Carrera de Administración de Empresas

**FICHA DE OBSERVACIÓN**

“Oportunidades de Negocio de la parroquia Chitán de Navarretes cantón Montúfar”

**Objetivo:** Recolectar información pertinente con el fin de determinar las potencialidades de la parroquia Chitán de Navarretes.

Potencialidad	Variable	Número	Unidad de medida
RECURSOS NATURALES Y POTENCIALIDADES	<b>A.1.</b>	<b>Kilómetros de:</b>	
	A.1.1	Superficie agrícola bajo riego	
	A.1.2	Superficie forestal riego	
	A.1.3	Superficie de pastos naturales	
	<b>A.2.</b>	<b>Principales Actividades:</b>	
	A.2.1	Agricultura, ganadería silvicultura	
	A.2.2	Industrias manufactureras	
	A.2.3	Distribución de agua, alcantarillado y manejo de desechos.	
	A.2.4	Construcción	
	A.2.5	Comercio al por mayor y menor	
	A.2.6	Transporte y almacenamiento	
	A.2.7	Administración pública	
	A.2.8	Enseñanza	
		Personal de Salud	
	Actividades de los hogares como empleados		
	No declarado		
<b>A.3</b>	<b>Mencione el número de escenarios turísticos</b>		
A.3.1	Recursos turísticos Naturales		
A.3.1.1	Estación biológicos Culturales		
Infraestructura Económica	<b>B.1</b>	<b>Kilómetros de:</b>	
	B.1.1	Red vial Asfaltada	
	B.1.2	Red vial Empedrada	
	B.1.3	Red vial Lastrada	
	B.1.4	Red Vial de Tierra	
		Senderos	
	<b>B.2</b>	<b>Inversiones</b>	
	B.2.	GAD Parroquial	
	<b>B.3</b>	<b>Hospedajes</b>	
	B.3.	Hospedajes turísticos categorizados	
<b>B.4</b>	<b>Población con:</b>		
B.4.1	Energía Eléctrica		
B.4.2	Telefonía Fija		
B.4.3	Televisión por Cable		
Capital Financie	<b>C.1</b>	<b>Oficinas de:</b>	
	C.1.2	Cooperativas de Ahorro y Crédito	
	C.1.3	Cajas de Crédito Rural	

Nota. Adaptado de Coral y Ordóñez (2018)

Tabla G12: Instrumento de investigación. Ficha de observación respondida.



Universidad Politécnica Estatal del Carchi  
Carrera de Administración de Empresas  
**FICHA DE OBSERVACIÓN**



“Oportunidades de Negocio de la parroquia Chitán de Navarretes cantón Montúfar”

**Objetivo:** Recolectar información pertinente con el fin de determinar las potencialidades de la parroquia Chitán de Navarretes.

Potencialidad	Variable	Número	Unidad de medida
RECURSOS NATURALES Y POTENCIALIDADES	<b>A.1.</b>	<b>Kilómetros de:</b>	
	A.1.1	Superficie agrícola bajo riego	584,63 Hectáreas
	A.1.2	Superficie forestal riego	1540,04 Hectáreas
	A.1.3	Superficie de pastos naturales	775,13 Hectáreas
	<b>A.2.</b>	<b>Principales Actividades:</b>	
	A.2.1	Agricultura, ganadería silvicultura	171 Unidades
	A.2.2	Industrias manufactureras	14 Unidades
	A.2.3	Distribución de agua, alcantarillado y manejo de desechos.	2 Unidades
	A.2.4	Construcción	4 Unidades
	A.2.5	Comercio al por mayor y menor	9 Unidades
	A.2.6	Transporte y almacenamiento	12 Unidades
	A.2.7	Administración pública	6 Unidades
	A.2.8	Enseñanza	7 Unidades
		Personal de Salud	2 Unidades
		Actividades de los hogares como empleados	2 Unidades
	No declarado	5 Unidades	
<b>A.3</b>	<b>Mencione el número de escenarios turísticos</b>		
A.3.1	Recursos turísticos Naturales	4 Unidades	
A.3.1.1	Estación biológicos Culturales	3 Unidades	
Infraestructura Económica	<b>B.1</b>	<b>Kilómetros de:</b>	
	B.1.1	Red vial Asfaltada	3,9 Kilómetros
	B.1.2	Red vial Empedrada	16,6 Kilómetros
	B.1.3	Red vial Lastrada	4,49 Kilómetros
	B.1.4	Red Vial de Tierra	0,7 Kilómetros
		Senderos	3,99 Kilómetros
	<b>B.2</b>	<b>Inversiones</b>	
	B.2.	GAD Parroquial	54128,53 Dólares
	<b>B.3</b>	<b>Hospedajes</b>	
	B.3.	Hospedajes turísticos categorizados	0 Unidades
<b>B.4</b>	<b>Población con:</b>		
B.4.1	Energía Eléctrica	100% Porcentaje	
B.4.2	Telefonía Fija	87% Porcentaje	
B.4.3	Televisión por Cable	34,78% Porcentaje	
Capital Financie	<b>C.1</b>	<b>Oficinas de:</b>	
	C.1.2	Cooperativas de Ahorro y Crédito	0 Unidades
	C.1.3	Cajas de Crédito Rural	0 Unidades

Nota. Adaptado de Coral y Ordóñez (2018). Los resultados obtenidos se basan en aspectos observados de la parroquia Chitán de Navarretes y análisis del Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial (PDOT).

## Apéndice H: Instrumento de investigación. Ficha Bibliográfica

**Nombre del autor:** Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural Chitán de Navarretes

**Año de la edición:** 2020

**Título del Libro:** Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

**Edición:**

**Editorial:** GAD parroquial Administración 2019 - 2023

**Páginas:** 153

Figura I3: Parroquia “Chitán de Navarretes”



*Nota.* Parque central de la parroquia “Chitán de Navarretes”

Figura J4: GAD Parroquial “Chitán de Navarretes”



*Nota.* Entrega del trabajo de grado a las autoridades en función 2019 – 2023.

Figura K5: Recolección de Información



*Nota.* Integrantes que participaron en el Focus Group.