

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 Julio Andrade del cantón Tulcán,
provincia del Carchi”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Licenciada en Administración de empresas

AUTORAS: Collaguazo Collaguazo Nathaly Joselyn

Enríquez Carapaz Estefany Elizabeth

TUTOR: Ing. Pérez Quiroz Roberth Patricio. Msc.

Tulcán, 2021

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que las estudiantes Collaguazo Collaguazo Nathaly Joselyn con el número de cédula 1004573562, y Enríquez Carapaz Estefany Elizabeth con el número de cédula 0402089452, han elaborado el trabajo de titulación: “Oportunidades de negocio de la parroquia Julio Andrade del cantón Tulcán, provincia del Carchi”

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 digitalmente por:
ROBERTH PATRICIO PEREZ QUIROZ
Fecha y hora: 13.06.2021 23:03:50



Firmado electrónicamente por:
**LUIS ENRIQUE
SANIPATIN
PONCE**

.....
Msc. Roberth Pérez
TUTOR

.....
Dr. Luis Sanipatín
LECTOR

Tulcán, junio de 2021

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Collaguazo Collaguazo Nathaly Joselyn con cédula de identidad número 100457356-2 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Yo, Enríquez Carapaz Estefany Elizabeth con cédula de identidad número 040208945-2 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



.....

Collaguazo Collaguazo Nathaly Joselyn

AUTORA



.....

Enríquez Carapaz Estefany Elizabeth

AUTORA

Tulcán, junio de 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Collaguazo Collaguazo Nathaly Joselyn declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Oportunidades de negocio de la parroquia Julio Andrade del cantón Tulcán, provincia del Carchi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Yo, Enríquez Carapaz Estefany Elizabeth declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Oportunidades de negocio de la parroquia Julio Andrade del cantón Tulcán, provincia del Carchi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



.....

Collaguazo Collaguazo Nathaly Joselyn

AUTORA



.....

Enríquez Carapaz Estefany Elizabeth

AUTORA

Tulcán, junio de 2021

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por bendecirme todos los días, llenarme de fortaleza y levantarme cuando más lo necesite, por estar ahí guiando mi camino en cada paso que doy a pesar de las adversidades y por permitirme culminar una etapa más de mi vida.

Expreso mi más profundo agradecimiento a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por ser una fuente de conocimiento, valores y principios, la cual me abrió las puertas para inculcarme los mejores aprendizajes y saberes, mismos que me han permitido superarme día tras día y crecer como ser humano.

Agradezco infinitamente a mi tutor el MSc. Roberth Pérez, por el arduo trabajo desempeñado y su acompañamiento constante durante el trabajo de investigación y por habernos impartido todos sus conocimientos con el fin de que realizáramos un buen trabajo.

A los docentes de la carrera de Administración de Empresas quienes me impartieron grandes conocimientos, preparándome así para mi vida profesional y personal.

Y a todas las personas que nos colaboraron en el desarrollo de este trabajo investigativo, mil gracias.

Nathaly Collaguazo.

En primer lugar, agradezco a Dios por darme el valor, la salud y sabiduría para lograr paso a paso cumplir este sueño, y poder culminar con éxito mi carrera universitaria.

Agradezco al Msc. Roberth Pérez, tutor del trabajo de investigación, quién supo guiarnos y aportar sus conocimientos para el desarrollo del presente trabajo y que de esta manera podamos concluirlo de la mejor manera.

A los docentes de la carrera de Administración de Empresas quienes con su dedicación me han impartido saberes, que me ayudan a ser una mejor persona y sobre todo una mejor profesional.

A mi familia quienes con su cariño, consejos y apoyo incondicional me motivan día a día para seguir adelante y lograr cumplir mis sueños y metas.

A mis amigos y amigas, y a todas las personas que de una u otra manera me apoyaron para el desarrollo de este proyecto, mis más sinceros agradecimientos.

Estefany Enríquez.

DEDICATORIAS

Llena de alegría y a la vez con muchos sentimientos encontrados dedico este trabajo a toda mi familia, quienes con cada palabra me motivaban a seguir adelante.

A mi padre Aníbal Collaguazo, una persona admirable que me supo forjar principios y valores en mi vida, que con cada una de sus palabras me llenaba de amor, y con cada una de sus acciones me demostraba lo mucho que se sacrificaba, luchaba y se esforzaba a diario para que no me faltara nada, quien en el transcurso de toda mi vida a estado ahí apoyándome siempre en mis decisiones y guiándome siempre por el camino correcto.

A mi madre Rosa Collaguazo, quien desde el momento en el que llegue a este mundo se ha encargado de guiar mis pasos, darme cariño, amor, aconsejarme cuando las cosas se tornaban difíciles, motivarme constantemente para alcanzar mis anhelos y sobre todo por su apoyo incondicional.

A mi hermana por ser una persona especial en mi vida, por su comprensión, por las noches de desvelo junto a mí y por toda su ayuda. Todo lo que he alcanzado es gracias a ustedes, son el pilar fundamental de mi vida.

Nathaly Collaguazo.

Este trabajo lo dedico a Dios por ser mi guía, por darme la voluntad y fortaleza necesaria para superar cada una de las adversidades que se han presentado a lo largo de mi vida.

A mis padres Campo Enríquez y Martha Carapaz, quienes han sido mi pilar fundamental, me han brindado su apoyo, amor, comprensión, paciencia y consejos para continuar luchando por mis metas. Con su esfuerzo y dedicación me han enseñado a nunca rendirse y siempre luchar por cumplir mis sueños. Son mi ejemplo a seguir, ya que ellos me inculcaron valores y principios para ser siempre una persona de bien.

A mi hermano por estar a mi lado siempre y apoyarme en todo momento, y convertirse en mi principal motivación para cada día ser mejor y luchar paso a paso por conseguir todo lo que me proponga.

A mi tía Mariana por ser como una segunda madre para mí y estar junto a mí brindándome su apoyo incondicional, su cariño, y por siempre estar dispuesta para escucharme y ayudarme en todo momento.

A mi ángel mi abuelito Horacio Enríquez, que sé que desde el cielo me cuida y guía mi camino, que ha dejado en mí enseñanzas de valentía y esfuerzo, y que siempre estará presente en mi mente y en mi corazón.

Estefany Enríquez.

ÍNDICE

AUTORÍA DE TRABAJO.....	II
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	III
AGRADECIMIENTOS.....	IV
DEDICATORIAS	VI
ÍNDICE	1
ÍNDICE DE FIGURAS	2
ÍNDICE DE TABLAS.....	3
ÍNDICE DE ANEXOS	3
RESUMEN.....	4
ABSTRACT	5
INTRODUCCIÓN.....	6
I. PROBLEMA.....	8
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	10
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	10
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	12
1.4.1. Objetivo General	12
1.4.2. Objetivos Específicos	12
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	12
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	13
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	13
2.2. MARCO TEÓRICO	14
III. METODOLOGÍA	34
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	34
3.1.1. Enfoque	34
3.1.2. Tipo de Investigación	35
3.2. HIPÓTESIS	35
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	35
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	37

3.4.1. Análisis Estadístico	37
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	40
4.1. RESULTADOS	40
4.2. DISCUSIÓN	59
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
5.1. CONCLUSIONES	63
5.2. RECOMENDACIONES.....	65
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66
V. ANEXOS	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de revisión de literatura	15
Figura 2 Evaluación de oportunidad de negocio	20
Figura 3 Calificaciones de la evaluación.....	21
Figura 4 Pirámide de Maslow	29
Figura 5 Proceso Cuantitativo	34
Figura 6 Principales dificultades	41
Figura 7 Principales riesgos	42
Figura 8 Atributos	44
Figura 9 Principales productos	45
Figura 10 Oportunidades de negocio.....	46
Figura 11 Sector productivo	48
Figura 12 Sector de apoyo.....	49
Figura 13 Crecimiento.....	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Capacidades Personales

.....
33

Tabla 2 Operacionalización de variables

.....
36

Tabla 3 Dificultades de las oportunidades de negocio

.....
40

Tabla 4 Principales riesgos

.....
42

Tabla 5 Atributos de las oportunidades de negocio

.....
43

Tabla 6 Principales productos de la parroquia

.....
45

Tabla 7 Sector más productivo

.....
48

Tabla 8 Sector que mejoraría la economía

.....
49

Tabla 9 Crecimiento de la parroquia

.....
50

Tabla 10 Matriz Foda Componente Educación

.....
52

Tabla 11 Estrategias de Educación

.....
52

Tabla 12 Matriz Foda Componente Infraestructura y Servicios

.....
53

Tabla 13 Estrategias de Infraestructura y Servicios

.....
53

Tabla 14 Matriz Foda Componente Organización y Participación

.....
54

Tabla 15 Estrategias de Organización y Participación	54
Tabla 16 Matriz Foda Componente Producción y Economía	55
Tabla 17 Estrategias de producción y economía	55
Tabla 18 Matriz Foda Componente Recursos Naturales – Ambiente	56
Tabla 19 Estrategias de recursos naturales - ambiente	56
Tabla 20 Matriz Foda Componente Salud	57
Tabla 21 Estrategias de salud	57
Tabla 22 Matriz Foda Componente Ámbito Social	58
Tabla 23 Estrategias de ámbito social	58

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario de encuesta	69
Anexo 2 Entrevista estructurada	73

RESUMEN

Julio Andrade es una parroquia ubicada en el cantón Tulcán, provincia del Carchi. Es la más poblada del sector rural del cantón, está integrada por 23 comunidades, y se destaca por dedicarse a la agricultura y ganadería. La deficiente creación de nuevas oportunidades de negocio dentro del sector, ha llevado a que en la actualidad el 80% de la población económicamente activa de la parroquia se dedique actualmente a estas actividades económicas, siguiendo las costumbres de padres y abuelos. Debido a esta problemática, la presente investigación tiene como objetivos: identificar las principales oportunidades de negocio que pueden ser desarrolladas dentro de la parroquia, analizar de forma detallada los aspectos que se debe tener en cuenta en la identificación de nuevas oportunidades de negocio, y establecer las características y realidad actual de la zona de estudio. Para alcanzar estos objetivos se empleó una metodología mixta, y se determina que es una investigación descriptiva y documental, para el proceso de recolección de datos se realizó la aplicación de dos instrumentos, encuesta y entrevista estructurada. Con los análisis realizados a partir de la información y datos recolectados se identifica que la parroquia si tiene oportunidades de negocio que puede desarrollar, y aportar nuevas ideas para la generación de ingresos y mejoramiento de la economía de los pobladores, así como su calidad de vida. Estas oportunidades apoyan a la parroquia para que se aproveche los productos que son potenciales como la papa, leche y arveja. Finalmente, se exponen las conclusiones y recomendaciones que se deja a consideración de la población en general como alternativas importantes de ideas de negocio que pueden ser desarrolladas para mejorar la economía, y asimismo tomar en cuenta las habilidades, capacidades y conocimientos de los emprendedores considerando siempre el apoyo de los GAD's con el fin de ayudar a individuos de la localidad.

Palabras clave: oportunidades de negocio, emprendedor, desarrollo.

ABSTRACT

Julio Andrade is a parish located in Tulcán canton, Carchi province. It is the most populated rural sector in the canton. It is made up of 23 communities, and it stands out for its dedication to agriculture and livestock. The deficient creation of new business opportunities within the sector has led to the fact that 80% of the economically active population of the parish is currently engaged in these economic activities, following the parents and grandparents' customs. Due to these problems, the objectives of this research are: to identify the main business opportunities that can be developed within the parish to analyze in detail the aspects that should be taken into account in the identification of new business opportunities. Also, to establish the characteristics and current reality of the study area. In order to achieve these objectives, a mixed methodology was used, and it is determined that it is a descriptive and documentary research. For the data collection process, two instruments were applied: a survey and a structured interview. With the analysis of the information and data collected, it was identified that the parish does have business opportunities that can be developed and provide new ideas for the income generation and economy improvement of the inhabitants, as well as their quality of life. These opportunities support the parish to take advantage of potential products such as potatoes, milk and peas. Finally, the conclusions and recommendations are presented for the consideration of the general population as important alternatives of business ideas that can be developed to improve the economy. Also, take into account the skills, abilities and knowledge of entrepreneurs always considering the support of the GAD's in order to help individuals in the area.

Keywords: business opportunities, entrepreneur, development.

INTRODUCCIÓN

Las oportunidades de negocio se consideran un pilar importante para que se pueda generar actividad económica en la zona, y apoyar a los pobladores con ideas para generación de ingresos aportando al mejoramiento de su calidad de vida. Por este motivo la presente investigación pretendió identificar cuáles son las principales oportunidades de negocio que puedan ser desarrolladas en la parroquia Julio Andrade, analizando los aspectos que se deben tomar en consideración al momento de la identificación, así como las características de la zona donde se realiza el estudio.

Esta investigación aporta un diagnóstico de la realidad actual de la zona y las oportunidades que pueden ser potenciadas en la parroquia, a su vez permite que se realicen futuras investigaciones en base a los resultados obtenidos en este estudio y determinar la factibilidad de las ideas de negocio identificadas. Además, se comprobó la hipótesis alternativa determinando que, si existen oportunidades de negocio en la parroquia y que éstas aportan a la economía y productividad de los pobladores, al aportar ideas claras y precisas de la forma en la que se pueden generar nuevos ingresos aprovechando los productos potenciales que se desarrollan en la zona. El documento está constituido por siete capítulos, los cuales se especifican a continuación:

El capítulo I, describe el problema de la investigación, detallando de manera clara el problema y el contexto en el que se va a realizar el estudio; así como la justificación, demostrando las razones que motivaron la ejecución de este proyecto; determinando así también los objetivos y preguntas de investigación que se logran cumplir y responder con el desarrollo del estudio.

El capítulo II, puntualiza la fundamentación teórica, la cual consta de los antecedentes investigativos, donde describe investigaciones o artículos científicos relacionados con el tema investigado; también muestra el marco teórico, en el cual se hace énfasis a los textos, enunciados y aportes de autores que tratan acerca del objeto de estudio que en este caso son las oportunidades de negocio.

El capítulo III, señala la metodología aplicada en la investigación, detallando el enfoque y tipo de investigación, la hipótesis, la definición y operacionalización de variables, así como

los métodos y herramientas aplicadas para la recolección de la información determinando la población objeto de estudio.

El capítulo IV, presenta los resultados encontrados en la investigación, es decir los análisis e interpretación de los datos arrojados por los instrumentos aplicados, descubriendo cuales son los aspectos a considerar en las oportunidades de negocio y las características principales de la zona, analizando cada uno de los ámbitos de desarrollo. Dentro del mismo capítulo se presenta la discusión donde se realizó la comparación de la información obtenida con lo escrito tanto en el marco teórico como la relación con los antecedentes planteados.

El capítulo V, expone las principales conclusiones y recomendaciones a las cuales se llegó luego del desarrollo de los capítulos anteriores. El capítulo VI, muestra las referencias bibliográficas las cuales aportaron como base científica para el desarrollo del estudio. Por último, en el capítulo VII, se encuentran los anexos de la investigación.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El emprendimiento en cualquier país es fundamental para generar nuevos empleos y oportunidades de negocio. Fomentar y establecer oportunidades para los emprendedores es una práctica que todas las naciones deben realizar. Bolívar M. & Fandiño L. (2009) en su trabajo de grado que lleva por título: “Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado” donde puntualizan que el emprendimiento es considerado como base del progreso y evolución de un país debido a que trae ideas innovadoras e incremento de empresas productivas que contribuye a una sociedad más activa. Es por ello, que el emprendimiento debe ser un eje transversal en los programas educativos debido a su alcance en todos los ámbitos.

En la actualidad los niveles de apoyo por parte de los gobiernos hacia nuevos emprendimientos son bajos, debido a la crisis actual en todo el mundo, los ingresos per cápita de cada estado han disminuido considerablemente. Así mismo, teniendo en cuenta que Ecuador es un país que se encuentra en una etapa de desarrollo media, y que sus ingresos dependen en su gran mayoría de la explotación de recursos naturales, se presenta un problema mucho mayor para mejorar su desarrollo, la caída del precio del petróleo que es el principal producto de exportación nacional.

Las oportunidades actuales de hacer negocios en el Ecuador se analizan en función del mercado objetivo y así se presentan dos escenarios, el primero es invertir en un emprendimiento donde se generen productos y/o servicios para el mercado interno, y por otro lado el segundo contexto es invertir en empresas que produzcan bienes y servicios destinados al exterior. El país tiene un mercado interno que, de forma progresiva, ha cambiado en las últimas décadas; los compradores están mejor informados en el tema nutricional, por lo cual han insertado en el mercado productos que hace años hubiera sido muy difícil comercializarlos, en relación a variedades de frutas y hortalizas. Así mismo se ha incrementado las ventas por medios digitales, lo cual es una limitación para los nuevos emprendedores debido a que la capacitación para este tipo de comercialización es muy reducida, y la falta de conocimiento perjudica al desarrollo de los negocios.

Uno de los sectores que se ha innovado y está logrando introducirse en el mercado, es el agroindustrial, que con su avance ha conllevando a la inversión en el desarrollo del producto y la inversión en bienes de capital que permitan el adecuado procesamiento de productos, es importante además el envasado y el embalaje del producto, para una mejor conservación y una mayor vida útil del mismo.

Dentro del sector agrícola se requiere de una mayor cantidad de mano de obra y de una gran inversión, debido a que se debe tomar en consideración varios aspectos como: la extensión del terreno, la preparación del mismo y la siembra como tal, estando atento de las situaciones climáticas y el ciclo de duración del cultivo; este proceso debe ser realizado por un experto que analice la situación del producto y su futura comercialización; un problema es la falta de mano de obra para trabajar el campo, un importante porcentaje de jóvenes prefieren otro tipo de actividad antes que continuar con las costumbres agrícolas.

La provincia del Carchi se destaca por dos principales actividades económicas, como son el comercio y la agricultura. La constante actividad comercial con Colombia, el cambio de la cotización del peso y el dólar, han permitido épocas de comercio y austeridad en diferentes periodos; fenómeno que en los últimos años ha afectado a la economía de la provincia.

Las zonas principales dentro de la provincia que se destacan por la actividad agrícola, son Tulcán, Montufar y Julio Andrade, en esta última sobresale, la actividad agrícola ganadera y productora de leche, sin dejar de lado el desarrollo comercial, de transporte, artesanal, pequeña industria y comercial. Referente al emprendimiento y nuevas oportunidades de negocio la parroquia de Julio Andrade tiene un limitado crecimiento, su principal causa es el bajo nivel de educación que poseen, el cual limita el desarrollo de la localidad, además se suman otros motivos como: el incremento de contrabando, la dificultad de las ventas, la preferencia de trabajo a migrantes, que ofrecen una mano de obra más económica, el desconocimiento de optimización de los recursos, el limitado acceso a insumos y herramientas por precios altos, el desamparo a las asociaciones productivas y el deficiente conocimiento técnico, entre otras, provoca una baja calidad, limitada productividad, y a su vez una débil competitividad comercial.

El inadecuado desarrollo de nuevas oportunidades de negocio dentro de la parroquia, se debe a varios factores entre los cuales se puede señalar: las escasas oportunidades para acceder a capacitación en gestión de negocios, dificultad de los emprendedores para acceder al financiamiento, desconocimiento de las oportunidades y exigencias del mercado, además las

debilidades cognitivas y socioemocionales para el emprendimiento, que a largo plazo induce a tener un alto riesgo de fracaso en el emprendimiento, una desmotivación y temor para generar nuevos emprendimientos, información obtenida del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Julio Andrade 2015 – 2031.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las oportunidades de negocio con mayor potencial, y los aspectos que limitan el desarrollo de las mismas en la parroquia Julio Andrade del cantón Tulcán, provincia del Carchi?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación aspira apoyar el cumplimiento de los objetivos del desarrollo sostenible, principalmente el objetivo número 8 que impulsa el trabajo decente y el crecimiento económico. Una de sus principales metas es “promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.”

Con el desarrollo del presente trabajo de investigación se pretende alcanzar los objetivos del “Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida”, que en su objetivo 5 inciso 6 afirma que “procura promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual, para impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la vinculación entre el sector público, productivo y las universidades”.

Según el Código Orgánico de la Producción, comercio e inversiones (2015), en el artículo 4 indica que “es responsabilidad del Estado transformar la matriz productiva, para que sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco-eficiente”, de esta manera es necesario aportar alternativas de fortalecimiento de las oportunidades de negocio para que estas se desarrollen, y alcancen convertirse en empresas establecidas y sostenibles.

Uno de los objetivos primordiales del plan de desarrollo territorial del GAD de la ciudad de Tulcán (2015), es incentivar el desarrollo económico del cantón con énfasis en el comercio e impulso al turismo, objetivo que pretende mejorar la economía del cantón y de sus parroquias, además de generar y fortalecer las ideas de negocio que aporten al fomento productivo.

La investigación planea determinar porque existen limitadas oportunidades de negocio dentro de la parroquia, cuáles son sus principales causas y los motivos por los cuales no se permite que se fortalezca la actividad comercial, al determinar estos aspectos la población podrá conocer cómo se debe implementar las nuevas oportunidades de negocios y lograr una economía sostenible y principalmente se generen fuentes de empleo en la zona que realizan sus actividades, mejorando la calidad de vida de las personas que están directa o indirectamente relacionados con el negocio.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Identificar las oportunidades de negocio de la parroquia de Julio Andrade, cantón Tulcán, provincia del Carchi.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente sobre el tema de investigación a fin de fortalecer el marco conceptual.
- Realizar un diagnóstico para observar las condiciones actuales de las oportunidades de negocio que se presentan en la parroquia.
- Establecer un análisis situacional de la realidad actual de la zona.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Existen oportunidades de negocio en la parroquia Julio Andrade Cantón Tulcán?
- ¿Cuáles son los principales aspectos para el desarrollo de oportunidades de negocio en la zona?
- ¿El nivel de conocimiento de los habitantes de Julio Andrade incide en la generación de oportunidades de negocio en la zona?
- ¿Existe un mercado sólido y necesidades para satisfacer en la zona donde se desarrollan las oportunidades de negocio?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Con el fin de identificar datos secundarios, concretamente en antecedentes investigativos se han encontrado artículos y tesis que tiene gran importancia y relación con el tema de investigación, los cuales se detallan a continuación:

Un primer trabajo corresponde a Lamarca Ignacio (2007) quien presento el artículo denominado: Innovación y oportunidades de negocio en la empresa del siglo XXI, donde se determinaron varios aspectos importantes como: la innovación, como un eje transversal en proyectos empresariales, para lo cual se necesita de un mercado dispuesto a valorar los beneficios del nuevo producto o servicio, y dispuesto a adquirir el valor diferencial, en precio, calidad o especialización que este supone; así mismo la innovación, entendida en términos de negocio, no deja de ser una inversión que requiere un retorno en un plazo limitado de tiempo, y que no puede ser separado del contexto competitivo y estratégico de la empresa. El autor llega a la conclusión que la innovación hace empresa, pero sin empresa no hay innovación. La innovación siempre ha sido necesaria para el desarrollo y el bienestar económico de las naciones. Este artículo nos permite determinar cómo las oportunidades de negocio necesitan ser ejecutadas de manera rápida y como aplicar la innovación en los emprendimientos, ya que la tecnología avanza continuamente y con el tiempo puede llegar a perder valor, además, la innovación es una ventaja competitiva que las empresas pueden integrar en sus negocios para que estos sean más atractivos a los consumidores.

Un segundo trabajo de Ruiz, Bojica, Albacete & Fuentes (2008), artículo denominado: “¿Cómo identifican las oportunidades de negocio los emprendedores? una aproximación descriptiva al caso andaluz”. Este trabajo presenta un estudio de los factores y características que influyen en el proceso emprendedor, concretamente en la fase de identificación de oportunidades emprendedoras, previa a las de evaluación y explotación. En el estudio se ha analizado una muestra de 241 empresarios andaluces que han puesto en marcha una o más oportunidades. Mediante un análisis descriptivo este artículo permite determinar el papel que juegan en el descubrimiento de oportunidades los factores relativos a las características del emprendedor y motivaciones, su capital humano, con especial atención al conocimiento previo, así como las principales fuentes para su identificación.

Un tercer trabajo se ha tomado de Garrido-Hurtado, D.L., & Valderrama-Cardona, E.A. (2016), titulado: Identificación de las ideas de negocio para la creación de empresa en la población desplazada de Florencia, Colombia. El objetivo es identificar las ideas de negocio en la población desplazada en la ciudad de Florencia, Colombia, como insumo fundamental para la generación de emprendimientos viables. Esta investigación nos ayuda con el enfoque para determinar las principales ideas que se pueden desarrollar dentro de una zona, así mismo nos genera pautas claves para el manejo de la información y el proceso de investigación y cumplir con el objetivo planteado de determinar cuáles son las oportunidades más factibles dentro de la zona, pero siempre contemplando los factores que pueden afectar el desarrollo de las mismas.

Un cuarto trabajo de Reyes & Ullauri (2017), se denomina: “Estudio de oportunidades de negocio para las nuevas zonas de expansión urbana en Cuenca. Caso Aplicado: Parroquia Nulti – Challuabamba”. El objetivo de esta investigación es determinar oportunidades de negocio a partir de las necesidades insatisfechas de los pobladores mediante una investigación de mercado compuesta de una parte cualitativa como cuantitativa. Además, esta investigación nos brinda una visión de cómo plantear un portafolio de aquellos negocios factibles que pueden ser ubicados en el sector, esto mediante la aplicación de entrevistas en profundidad con expertos en las diferentes industrias necesarias para la zona.

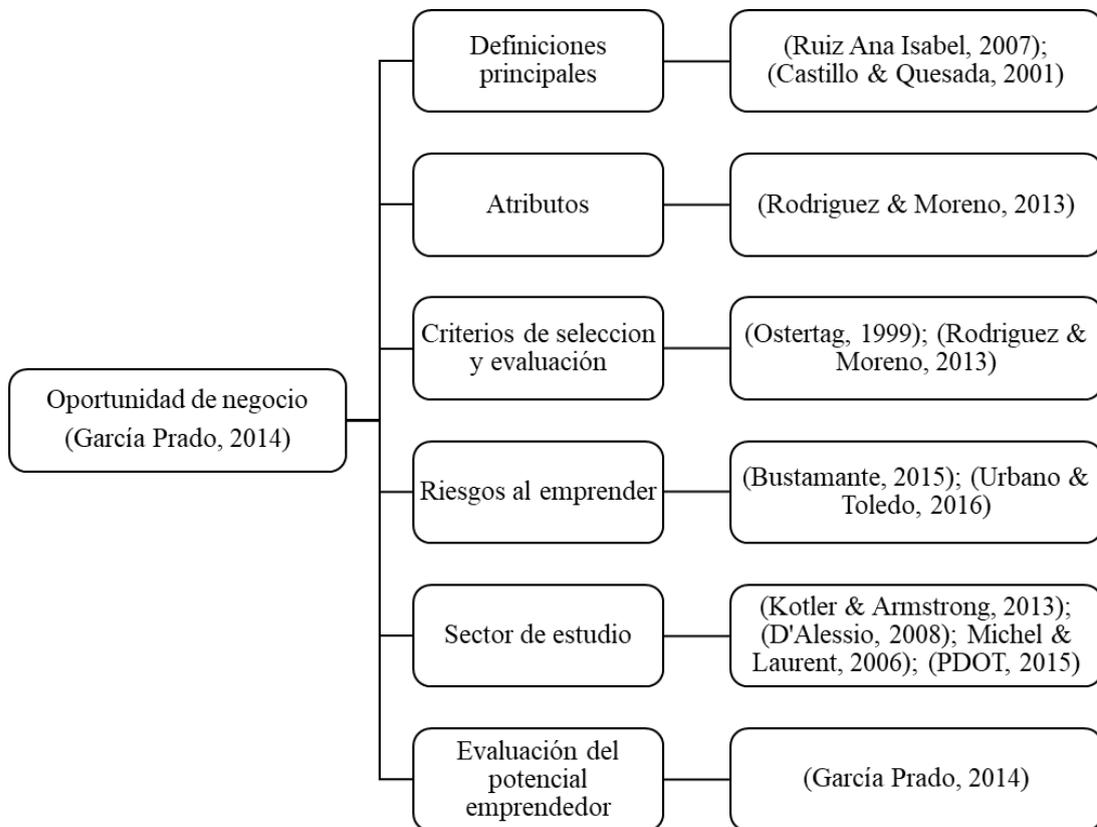
2.2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico que sustenta este trabajo de investigación, presenta conceptos generales, específicos y complementarios que apoyan el estudio, permitiendo al lector hacerse una idea del tema investigativo.

Se desglosan varias dimensiones de la variable independiente, oportunidades de negocio, con la finalidad de identificar los criterios de selección y evaluación de oportunidades que se pueden presentar dentro de una determinada zona, así como, otros aspectos relevantes para la investigación de esta variable.

Figura 1

Mapa de revisión de literatura



Nota: La figura muestra el mapa de literatura y los autores considerados para la investigación.

En primer lugar, se determinan los conceptos principales para entender el tema de investigación. Según Ruiz Ana Isabel (2007), el diagnóstico hace referencia a

“Un proceso de conocimiento de la naturaleza, cualidades, características, manifestaciones, relaciones, explicaciones, magnitud, trascendencia de una situación o un fenómeno de interés, para expresar un juicio fundamentado respecto a la situación encontrada frente a la situación ideal y orientar la intervención correspondiente. Es un tipo de investigación aplicada que sirve como herramienta para la acción y, por, tanto, se ubica dentro del proceso de intervención social”

Para Ruiz Ana Isabel (2007), el proceso de diagnóstico implica entonces:

- Reunión de información
- Establecimiento de relaciones entre la información reunida

- Contextualización de los hallazgos
- Explicaciones de la situación conocida ¿por qué la situación o fenómeno es o se manifiesta de ese modo?
- Juicio o apreciación sobre lo conocido (cómo es y cómo debe ser)
- Lineamientos para la acción

Para generar una oportunidad de negocio es necesario realizar un diagnóstico territorial, donde se analiza las características y la situación actual, tanto económica, social y cultural, del sector donde se pretende iniciar una nueva idea de negocio, para determinar la factibilidad del negocio.

2.2.1. Definición de oportunidad

Para Castillo, E. & Quesada, C. (2001), una oportunidad es “la posibilidad de desarrollar alguna actividad económica que el medio lo permita. También la podemos conocer como una necesidad no satisfecha por la comunidad.”

Las oportunidades suceden en determinados momentos de la vida, es por ello que una persona tiene que saber aprovechar una oportunidad cuando se presenta, analizar la factibilidad de ésta y lograr un cambio significativo ya sea en el ámbito económico, social o laboral.

2.2.2. Definición de negocio

La palabra negocio es definida por la Real Academia Española (2017), como:

- Ocupación, quehacer o trabajo.
- Aquello que es objeto o materia de una ocupación lucrativa o de interés.
- Utilidad o interés que se logra en lo que se trata, comercia o pretende.

Un negocio es una actividad en la cual se busca conseguir utilidades, tanto a través de la venta o cambio de productos o servicios con el fin de satisfacer las necesidades de clientes o consumidores. Para que se logre generar un negocio es primordial que se cuente con una oportunidad, tener los recursos para iniciar las operaciones, y en la actualidad es importante la creatividad e innovación para desarrollar un negocio y que este sea sostenible y sustentable en el futuro.

2.2.3. Definición de oportunidad de negocio

Una oportunidad de negocio se define como la circunstancia u posibilidad donde se puede iniciar una idea empresarial, ingresar en un nuevo sector laboral o el lanzamiento de un nuevo producto al mercado. Una oportunidad de negocio se presenta cuando se logra determinar una necesidad de un mercado insatisfecho, y se cuenta con la capacidad financiera y tecnológica para cubrirlo.

Para aprovechar una oportunidad de negocio se determina el producto o servicio que el mercado necesita, luego se procede a realizar un estudio de mercado donde se determina la oferta y demanda del producto o servicio. Además, se realiza un estudio técnico operativo donde se identifica todos los requerimientos de operación de la empresa. Por otra parte, también se realiza un análisis económico financiero, para determinar cuál es la cantidad (en dinero) que se necesita para poner en marcha la idea de negocio. Conjuntamente a estos puntos que son primordiales analizar para ejecutar un proyecto de un nuevo negocio, se debe analizar los impactos que genera esta investigación, como son socio-culturales, económicos y ambientales dentro del entorno donde se lo va a desarrollar.

Según García Prado (2014), para lograr el éxito de un negocio es necesario realizar un análisis del sector donde se pretende desarrollar la idea de negocio, e identificar cuáles son las oportunidades que se presentan de acuerdo a las condiciones económicas, productivas y sociales del sitio de estudio, así mismo la capacidad del emprendedor influye para saber reconocer las oportunidades cuando se presentan.

Antes de empezar todos los estudios según Enrique Zorita (2015), se debe exponer el propósito esencial del proyecto empresarial. Si va a ser el desarrollo de una actividad económica que llevara consigo la elaboración o comercialización de un producto o conjunto de productos, o la prestación de un servicio.

2.2.4. Atributos a considerar en una oportunidad de negocio

Según Rodríguez F., & Moreno J. (2013), una oportunidad de negocio debe presentar diferentes atributos para que esta pueda materializarse y no solo quede en deseos o aspiraciones. Entre los principales atributos que se pueden apreciar en una oportunidad de negocio se identifican los siguientes:

- **Debe ser la respuesta a una necesidad:** Esto quiere decir que estaremos ante una oportunidad de negocio cuando partamos del reconocimiento de una necesidad ante la cual existe la posibilidad de diseñar un producto (bien o servicio) para su satisfacción.
- **Debe reflejar las características del producto requerido (bien o servicio):** las ideas de negocio se convierten en oportunidades cuando es posible concretarles alrededor de la imagen de un producto, sea éste un bien o un servicio.
- **Debe sugerir el perfil de los clientes potenciales:** En la medida en que se tiene claridad sobre la necesidad, a partir de esta se pueden distinguir los “clientes potenciales”. Si no hay quien se interese en lo que estamos ofreciendo y compre, sencillamente no hay ingresos y con ello, no hay negocio.
- **Debe resultar una manera diferente de comprender el sector:** Una oportunidad puede ser reconocida como tal, cuando se conoce con el detalle necesario la manera en que funciona el sector o la actividad.
- **Debe permitir poner en práctica las capacidades, conocimientos e intereses de su(s) promotor(es):** Posibilidades de innovar o introducir las variantes que permitan diseñar un formato de negocio y de producto diferente, está perfectamente relacionado con el grado de involucramiento, conocimientos, información y creatividad que tenga(n) su(s) promotor(es). Y estas son capacidades y posibilidades que se deben tener o desarrollar, para encarar una oportunidad de negocio.

2.2.5. Criterios de selección y evaluación de oportunidades de negocio

Para Carlos Felipe Ostertag (1999), los criterios para la selección y evaluación de oportunidades de negocio se deben determinar teniendo en cuenta el perfil de cliente final y la importancia de la sostenibilidad productiva. Con estos aspectos el autor plantea los siguientes criterios:

- Factibilidad en la pequeña propiedad rural. - El primer criterio que toma en cuenta el autor ha referencia a que “los pequeños productores se distinguen de los grandes y medianos, entre otros aspectos, porque tienen menor capacidad de riesgo, menor acceso a servicios y crédito, carecen de suficiente capital de trabajo y sobre todo por la importancia de la mano de obra familiar. Esto significa que

las opciones o cultivos propuestos deben ser de fácil implementación, el nivel tecnológico debe ser bajo o medio, y la inversión inicial y los costos de producción deben estar al alcance del productor. Adicionalmente, y debido a la importancia del conocimiento y la experiencia del productor rural, es importante conocer sus preferencias, mediante la realización de la etapa de evaluación participativa” (Ostertag, 1999).

- Atractivo como negocio. - En segundo lugar, analiza que en: “América Latina, los pequeños agricultores se pueden clasificar en varios tipos de acuerdo con su grado de orientación al mercado; por ejemplo, hay agricultores comerciales que venden casi todo lo que producen. Otros son semicomerciales y consumen una mayor parte de lo que producen; y, por último, están los agricultores de subsistencia quienes consumen casi todo lo que producen. Sin embargo, todos los agricultores venden un porcentaje de su producción. Algunos agricultores de subsistencia se ven obligados a complementar sus ingresos mediante la venta de su mano de obra, o sea que trabajan como 'jornaleros'” (Ostertag, 1999).
- Contribución a la sostenibilidad productiva. - El último aspecto especifica que: “un alto porcentaje de los pequeños productores rurales se localizan en zonas de laderas y trópico húmedo bajo, ecosistemas frágiles que son altamente susceptibles al deterioro de los recursos naturales. Por esta razón, es importante estudiar este aspecto en relación con las nuevas oportunidades de mercado. En este sentido, es interesante conocer el daño potencial que puede causar un cultivo determinado en los recursos naturales y, además a la inversa, entender cómo un nuevo cultivo puede contribuir a la protección del medio ambiente” (Ostertag, 1999).

Además de estos criterios, Rodríguez F., & Moreno J. (2013), establecen el siguiente cuadro para evaluar si la oportunidad de negocio tiene o cumple con las características necesarias para ser un “negocio ideal” o “modelo”.

Se debe evaluar en escala del 1 al 10, en qué medida la idea de negocio cumple o no con la característica evaluada, es decir, si la idea que está evaluando cumple a rajatabla con la característica señalada deberá asignar un “10” que significa “De acuerdo”. Pero por el contrario si la idea no cumple en absoluto con la característica evaluada, entonces deberá asignar un “1” que significa “En desacuerdo”; asumiendo que pueden existir matices, se ha dejado una escala con valores intermedios para que la evaluación pueda ajustarse mejor a la realidad.

Figura 2*Evaluación de oportunidad de negocio*

EL NEGOCIO QUE UD. ESTÁ PENSANDO...	En desacuerdo					De acuerdo				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1) No requiere inversión.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) Posee un mercado ya establecido.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) Se tiene clara la necesidad y el producto requerido.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4) Cuenta con una fuente confiable de provisión de insumos (principal materia prima).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5) No tiene regulaciones gubernamentales adversas.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6) No requiere de una gran cantidad de trabajadores.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7) Ganancia bruta del 100%.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8) La demanda es frecuente y continua.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9) Las condiciones tributarias son favorables.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10) Existe un sistema de distribución y/o comercialización, sólido y confiable.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11) Los clientes pagan por adelantado.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12) Es fácil lograr un alto valor publicitario.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13) Está exento de responsabilidad civil alguna (no afecta a los usuarios).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14) No hay riesgo de obsolescencia. La moda no impacta.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15) Las condiciones medioambientales (temperatura, pluviosidad, etc.) no afectan.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16) No hay problema de derechos de propiedad intelectual.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17) No hay competidores que me desplacen en el corto plazo.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18) Se puede manejar un precio al cual los clientes estén dispuestos a comprar.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19) No exige tecnología sofisticada.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20) Conozco todos los aspectos y detalles del negocio.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
TOTALES (frecuencias por columnas)										

Nota: La figura muestra los criterios a considerar para calificar una oportunidad de negocio

Los puntajes obtenidos, siguen las siguientes instrucciones:

- Paso 1: Coloque en la columna "A" los valores obtenidos en los TOTALES del recuadro anterior.

- Paso 2: Multiplique el resultado de la columna “A” por el valor de la columna “B” y el resultado anótelo en la columna “C”.
- Paso 3: Sume verticalmente los puntajes obtenidos en la columna “C” y coloque el resultado en el recuadro correspondiente al PUNTAJE TOTAL.

Figura 3

Calificaciones de la evaluación

	A		B	=	C
Total de aspectos valoradas en 1:		x	1	=	
Total de aspectos valoradas en 2:		x	2	=	
Total de aspectos valoradas en 3:		x	3	=	
Total de aspectos valoradas en 4:		x	4	=	
Total de aspectos valoradas en 5:		x	5	=	
Total de aspectos valoradas en 6:		x	6	=	
Total de aspectos valoradas en 7:		x	7	=	
Total de aspectos valoradas en 8:		x	8	=	
Total de aspectos valoradas en 9:		x	9	=	
Total de aspectos valoradas en 10:		x	10	=	
PUNTAJE TOTAL					

Nota: La figura muestra las calificaciones que se toman en la evaluación

El analizar la oportunidad de negocio a través de este tipo de herramientas, ayuda a un emprendedor a tener la certeza de que una idea es viable, y evaluar los riesgos que esta puede tener a futuro.

2.2.6. Riesgos al emprender un negocio

Cualquier negocio o emprendimiento conlleva riesgos, y estos pueden tener consecuencias negativas para el emprendedor. El análisis de los riesgos se debe efectuar de acuerdo a las características particulares de cada tipo de negocio, y en apoyo a las circunstancias específicas del mercado y sector que se va a desenvolver. A continuación, se presenta los principales riesgos a los cuales se enfrentan los emprendedores.

- **Temor al riesgo**

El riesgo es algo frecuente que es parte de la acción emprendedora, y lo más esencial no es evadirlo sino saber cómo identificarlo y controlarlo a través de una planificación apropiada. Bustamante (2015) afirma:

Los pensamientos negativos no te dejan avanzar a ninguna parte y te enferman, pero no te asustes, lo bueno es que hay una fórmula que han utilizado los emprendedores más exitosos para acabar con todo esto y empezar a tener pensamientos positivos, es más, esta fórmula te ayudará a encontrar oportunidades que ni siquiera tú sabías que existían.

El temor y el riesgo siempre están presentes en el momento que se desea emprender un negocio, es por esta razón que un emprendedor no debe tener pensamientos negativos y se debe aprender a lidiar con estos ellos, y así poder controlarla y que no afecten el cumplimiento de los objetivos que se tienen planeados.

- **Riesgo a la Falta de Adaptación a los Cambios del Entorno**

En la actualidad debido a la globalización y los avances tecnológicos, se ha generado un cambio en la sociedad. Urbano & Toledano (2000) afirman:

La falta de flexibilidad en un mundo de cambios permanente es una forma de asegurarse el fracaso continuo. Justamente lo contrario es lo que puede ayudar a las nuevas empresas a sobrevivir en los mercados competitivos actuales. El llamado “ajuste y asimilación” explica en gran parte por qué sobreviven algunos de los nuevos negocios. Cambiar, por tanto, es obligatorio en un mundo en el que lo único seguro es el cambio y la incertidumbre. (p.183)

Es por esto que los emprendedores deben conocer muy a fondo los gustos y preferencias de los clientes, y aprender a cambiar con rapidez e informarse para mantener el funcionamiento y buscar el crecimiento del negocio adaptándose a las innovaciones.

- **Riesgo por No Conocer el Negocio**

Todo emprendedor se siente inseguro al momento de iniciar una idea de negocio por el hecho de que no conocen como funciona el emprendimiento a fondo. Tienen una idea sencilla de lo que desean hacer, sin embargo, no tienen una visión clara y toda una planificación completa para saber a dónde quieren llegar. Javier (2009) afirma:

Existen muchos emprendedores que se sienten muy inseguros ante la idea de crear su propio negocio por el miedo a que no conocen cómo debería funcionar el negocio, ante esto ¿qué se debe hacer? Debes informarte y conocer muy bien los detalles operativos

de tu negocio. De la cuestión técnica no debes ocuparte tanto porque lo puedes solucionar contratando personal adecuado.

Para ejecutar con exactitud una idea de negocio es necesario realizar una investigación del mercado meta, y determinar así si el producto o servicio que ofertará tendrá acogida por los futuros clientes, y si se puede ejecutar la idea sin el temor a fracasar.

- **Riesgo a Perder tu Dinero**

Uno de los riesgos más frecuentes a los que se enfrentan los emprendedores es el hecho de no administrar bien el negocio y la falta de experiencia en el manejo, lo cual hace que pierdan su dinero. Urbano & Toledano (2016) afirman:

Los emprendedores han de cerciorarse muy bien de la necesidad del producto o servicio con el que tratan de poner en marcha el nuevo proyecto o la nueva empresa. En términos económicos, también es muy importante calcular bien el capital que se requerirá con el fin de generar la “energía” mínima, aunque suficiente, para poner en movimiento los demás recursos y establecer una determinada relación con el mercado. Dicha relación está determinada, entre otros factores, por los objetivos estratégicos que se planteen, y por las condiciones reales que en cada momento dominen en el entorno. Por tanto, en la fase de creación, los emprendedores deben plantear objetivos que sean capaces de atender también a las necesidades futuras de desarrollo, pero la forma inteligente que existe para minimizar este riesgo es tomando lápiz y calculadora en mano para elaborar un presupuesto. Siempre considera como parte de tu planificación un presupuesto de inversión, un presupuesto de gastos mensuales, así como una proyección de ventas. (p.181)

La inversión no será recuperada de manera rápida, es posible que los primeros meses de iniciado un emprendimiento no se generen grandes ganancias, esto va a depender de cada decisión y actitud que se tome respecto al desarrollo del negocio.

- **Riesgos Derivados por la Competencia**

La competencia está presente en todo tipo de negocio que se desee emprender, y es gracias a ello que la empresa debe estar en constante cambio, recreándose y consolidándose su crecimiento. Bustamante (2015) afirma:

Efectivamente para transformar una idea en un emprendimiento, hacen falta las competencias empresarias para obtener y alinear los recursos necesarios, personas, capital, tecnología, información, para implementar el modelo de negocio que se desea. De la misma manera hacen falta las competencias gerenciales que son indispensables en la etapa de consolidación y crecimiento de la empresa o negocio, en tanto permiten administrar eficientemente los recursos.

Al momento de emprender existirán competidores que ofrezcan productos o servicios similares a los que ofertamos, es así que se debe plantear estrategias para conocer a los futuros competidores, analizar la calidad de sus productos y saber si cubre o no las necesidades de los clientes, detectando los puntos donde se puede llegar a innovar.

- **El Riesgo de No Administrar Bien tu Empresa**

La parte administrativa de un negocio tiene gran relevancia para el funcionamiento de un emprendimiento, se debe llevar un orden para que se no se genere una malversación del dinero. El equipo con el que se trabaja debe poner su atención y apoyo al negocio. Urbano y Toledano (2000) aseveran:

Cuestiones tales como ¿cuánto salario recibe cada uno?, ¿quién le dedica más tiempo al negocio?, ¿quién es el encargo de una actividad? o ¿quién toma la última decisión?, suelen plantearse en el imprevisible mundo del emprendimiento de las relaciones. Una discusión previa y en profundidad de estas y otras cuestiones relacionadas con el reparto de obligaciones y responsabilidades ayudan a evitar, o en todo caso a disminuir, los riesgos de fracaso que tienen su origen en las cuestiones personales y del personal. Así mismo, buscar personas con las que se comparta la misma visión del proyecto, los principales valores humanos, el compromiso, la lealtad al trabajo en equipo y la complementariedad en los conocimientos y capacidades, son algunos de los consejos que se suelen otorgar para evitar fracasar al son de la relación. (p.180)

Este tipo de factores internos de un negocio son los que se deben considerar para formar una administración eficiente y lograr un trabajo adecuado que ayude al crecimiento del emprendimiento. Una motivación adecuada, unos objetivos bien planteados, y un trabajo en equipo hacen que una empresa funcione con efectividad y no sea afectada por malas decisiones o acciones y desacuerdos.

2.2.7. Sector de estudio

- **Factores externos**

Para realizar un estudio de mercado de forma detallada se debe tener en cuenta varios puntos importantes, como el análisis de los factores externos. Para Kotler y Armstrong(2013), la empresa y todos los demás actores operan dentro de un macroentorno más grande de fuerzas que configuran las oportunidades y presentan amenazas de la empresa.

Para analizar todos los factores externos que afectan a la empresa se lo puede hacer mediante la herramienta Pestel, que según Tim Johnson (2018), responde a las siglas de los factores o cambios políticos, económicos, sociales, técnicos, ecológicos y legales que a nivel más amplio pueden producirse respecto al entorno profesional. Puede que algunos de ellos, o todos, afecten a las tendencias del mercado, en tu sector. Considerando todos estos factores puedes valorar cómo posicionarte en la mente de las personas relevantes (clientes o jefes), lo cual es valioso y te separa (diferenciación), en el buen sentido, de todos los demás.

El factor político según Kotler y Armstrong (2013), hace referencia a las leyes, agencias gubernamentales y grupos de presión que influyen y limitan a varias organizaciones e individuos en sociedad determinada.

El factor económico para Fernando D´Alessio (2008), se refiere a las tendencias macroeconómicas, las condiciones de financiamiento, y las decisiones de inversiones. Tienen una incidencia directa en el poder adquisitivo de los clientes de la organización y son de especial importancia para las actividades relacionadas al comercio internacional.

El factor social según Fernando D´Alessio (2008), involucra creencias, valores, actitudes, opiniones, y estilo de vida desarrollados a partir de las condiciones sociales, culturales, demográficas, étnicas y religiosas que existen en el entorno de las organizaciones. Estas fuerzas sociales definen el perfil del consumidor, determinan el tamaño de los mercados, orientan los hábitos de compra, afectan el comportamiento organizacional y crean paradigmas que influyen en las decisiones de los clientes.

El factor técnico o tecnológico para Kotler y Armstrong (2013), representa las fuerzas que crean tecnologías, lo que, a su vez, crea oportunidades de nuevos productos y de mercado.

El factor ecológico según Fernando D'Alessio (2008), hace referencia a la conciencia ecológica y la conservación del medio ambiente como una preocupación de primer orden para la humanidad, así como una responsabilidad para con las futuras generaciones.

Por último, el factor legal para Fernando D'Alessio (2008), determina las reglas, tanto formales e informales, bajo las cuales debe operar la organización.

2.2.8. FODA

Para García Prado (2014), uno de los puntos más importantes para la identificación de oportunidades de negocio es realizar un análisis DAFO, para identificar la situación actual del sector donde se pretende generar las nuevas ideas de negocio, y saber cuáles son las principales decisiones estratégicas que se deben tomar.

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2007), el análisis FODA es un instrumento de planificación estratégica que pueden utilizarse para identificar y evaluar las fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas. Es una técnica sencilla, que puede emplearse como instrumento del libre intercambio de ideas para ayudar a presentar un panorama de la situación actual. El proceso de realización de un análisis FODA ayuda a conseguir una comprensión común de la "realidad" entre un grupo de personas de una determinada oportunidad de negocio. De esa forma, resulta más fácil entender y distinguir los objetivos y necesidades fundamentadas de fortalecimiento y capacidad, así como las posibles soluciones. Un análisis FODA consta de dos partes

1. Un análisis de situación interna (fortalezas y debilidades). – “Se refieren a elementos internos del territorio en lo tocante simultáneamente a los recursos financieros (potencial fiscal de los municipios, por ejemplo), al tejido económico, a la densidad de servicios, al patrimonio cultural, a la experiencia local, a las competencias presentes en el territorio, al nivel formativo de la población. Pero estas fortalezas y debilidades se manifiestan igualmente en el funcionamiento de los distintos grupos de actores (administración, empresas, asociaciones...) así como en sus interrelaciones (intereses comunes, conflictos) que es preciso analizar.” (Michel & Laurent, 2006)

2. Un análisis del entorno exterior (oportunidades y amenazas). – “Tienen que ver no solamente con el funcionamiento interno del territorio, sino también con el entorno exterior, sus interrelaciones con este último (por ejemplo, el atractivo turístico de la zona, la dependencia de aglomeraciones cercanas o de empresas importantes, el impacto de un gran proyecto estructurado a escala regional...). La mirada sobre el territorio debe por lo tanto integrar las posibles incidencias del entorno y de las dinámicas externas al territorio; esto supone principalmente medir los intercambios con el exterior, analizar las relaciones de vecindad, las redes y alianzas existentes, y conocer las percepciones y los usos de los otros sobre el mismo territorio.” (Michel & Laurent, 2006)

2.2.9. Características del sector

En el periodo colonial, a la zona se la conoció con el nombre de Pun que en la lengua muellamues significa zanja o lindero que separa propiedades y bienes. La parroquia de Julio Andrade en sus inicios se denominó “La Orejuela” se desconoce por qué esta denominación y cualquier explicación al respecto no tendría base alguna.

El caserío La Orejuela, desde sus inicios nunca estuvo desconectado en cuanto al tránsito se refiere, de los principales pueblos que hoy forman la provincia del Carchi, ya que significaba un trayecto obligado para llegar a Tulcán y especialmente al país vecino de Colombia.

Actualmente la parroquia de Julio Andrade tiene una población de alrededor 11500 habitantes, compuesta por 22 comunidades y 9 barrios urbanos; se caracteriza por ser altamente laboriosa que se dedica principalmente a la agricultura especialmente el cultivo de papa, a la ganadería y la producción de leche, sin dejar de lado el alto desarrollo tanto comercial como transporte, artesanía, pequeña industria y comercio.

Así se puede identificar que existe actualmente mercado de abastos, animales y de papa, que ha permitido el crecimiento de la parroquia, el cantón y en general de la provincia, además considerada la zona más productiva de papa.

Es así que el mercado de papas es considerado como el principal proveedor del mercado mayorista de la ciudad de Quito, que corresponde al 31% del total del movimiento económico de la parroquia.

Según el Plan de Desarrollo Territorial (2015), la diversidad de la producción agrícola alcanza entre el 35 - 40% de la producción total del cantón, el cultivo más importante es el de la papa, pues la parroquia siembra 1680 hectáreas de papa al año, es decir el 41,00% del cantón Tulcán.

2.2.10. Necesidades y tendencias

Para Enrique García Prado (2014), la primera de las cuestiones que debería plantearse un emprendedor es preguntarse a sí mismo: ¿Qué emprender? La respuesta a esta pregunta es de vital importancia ya que, aunque las empresas han de adaptarse con rapidez a los cambios, es necesario marcar desde el principio el camino que ha de recorrer para alcanzar la supervivencia y el éxito.

Pero antes de contestar esta cuestión, el futuro empresario debe detectar necesidades no cubiertas en un mercado y entorno tan cambiante y competitivo como el actual. Identificar las posibles necesidades se ha convertido en una herramienta clave para conocer antes que nadie las tendencias y comportamientos, y poder así adquirir ventajas competitivas, mejorando y potenciando sus resultados.

Según el economista y especialista en marketing, Philip Kotler, la necesidad humana “es el estado en el que se siente la carencia de algunos satisfactores básicos”.

Otro autor de renombre es David McClelland (1989), que asume que una necesidad es “un motivo natural por el que un individuo precise, requiera o demande algo”. Esto sugiere que lo que busca un cliente puede ser justo lo que ofrece una empresa.

Uno de los principales autores que define las principales necesidades es Abraham Maslow, creador en 1943 de la conocida “Teoría de la Motivación Humana”, quien ha establecido cinco grupos de necesidades que integra en una pirámide, que puede verse a continuación:

Figura 4

Pirámide de Maslow



Nota: La figura muestra la pirámide de necesidades establecida por Maslow

El conocimiento de las necesidades de los consumidores ayuda a tener una idea más clara de lo que se puede ofertar a los consumidores y que este tenga una mejor acogida en el mercado. García (2014) afirma: “en cuanto a las tendencias de los consumidores en el mercado, determina que es importante señalar que no solo el marketing es significativo, sino que se debe mostrar interés hacia todos los departamentos de las empresas” (p.48). Todas y cada una de las necesidades de los consumidores debe ser tomada en cuenta por la empresa y ser analizada por cada una de las áreas que la conforman para así saber y determinar las estrategias con las cuales se pretende llegar a los clientes.

Para un emprendedor, es fundamental observar las tendencias y hábitos de los consumidores ya que de lo contrario tendrá pocas oportunidades de triunfar ya que esta será la única manera de saber hacia dónde ir y poder aprender de ellas. García (2014) afirma: “La tendencia es la dirección que toma un determinado segmento del mercado, o el mercado en su totalidad, y que puede ser variable en el tiempo” (p.48). Las tendencias cambian con regularidad y es importante que analizar las circunstancias del mercado antes de planificar una idea, ya que aspectos como variables demográficas, políticas, o económicas influirán en el proceso de inicio de una nueva idea de negocio.

2.2.11. Crecimiento del mercado

El mercado día tras día crece y se desarrolla gracias a la globalización y las TIC's, todos innovan y se vuelve un mercado más competitivo, es así que los emprendedores deben plantear estrategias de crecimiento que les permita aumentar su participación de mercado al lograr desarrollar una ventaja competitiva estable y única. García Prado (2016) afirma:

En un mercado en crecimiento pueden acceder nuevas empresas sin necesidad de restar el volumen de negocio de las ya existentes, sin embargo, en mercados estancados o en recesión, el crecimiento de una empresa se hace a costa de las ventas de las demás, por lo que la competencia es aún más intensa. (p.40)

La innovación en la actualidad es un aspecto relevante para cualquier tipo de negocio y es necesario para lograr el ingreso en mercados altamente competitivos.

2.2.12. Evaluación del potencial emprendedor

Al momento de iniciar con una idea de negocio es importante que el emprendedor tenga una actitud y una conducta que le permita ser capaz de intuir y detectar una oportunidad y poner en práctica acciones que determinan la creación de un nuevo negocio. García (2014) afirma:

Es muy importante que la persona que planea convertirse en emprendedor cuente con una actitud psicológica proclive a asumir riesgos empresariales, pero es igualmente básico considerar si se da cuenta con los conocimientos técnicos adecuados para ir hacia adelante con la idea de negocio. (p.3)

Con esto se puede decir que un emprendedor debe antes que pensar en un plan de negocios, mostrar una actitud positiva, proactiva y de liderazgo para asumir riesgos y lograr el desarrollo de una idea negocio.

- **Conocimientos**

Para ser emprendedor es importante tener actitud, sin embargo, tener los conocimientos técnicos o profesionales necesarios para crear un nuevo negocio es necesario para el desarrollo del mismo. García (2014), determina:

Se puede señalar que hay dos tipos fundamentales de conocimientos con los que debe contar el emprendedor. De un lado relativos al sector en que se espera emprender la iniciativa empresarial, y de otro de los generales de gestión empresarial. (p.3)

Los conocimientos técnicos son necesarios e importantes para el desarrollo de una idea de negocio, aportan una visión de saber cómo desarrollar de manera adecuada la planificación y la ejecución del nuevo negocio.

- **Destrezas**

En conjunto con la actitud y los conocimientos se debe tener en cuenta las destrezas para emprender un negocio. García (2014) afirma:

No son suficientes los conocimientos básicos técnicos, del mismo modo es preciso contar con una serie de destrezas personales a la hora de emprender un negocio. Si alguien desea ante todo la seguridad de contar con unos ingresos estables a fin de mes, la función de emprender no va con él. (p.4)

Las principales destrezas con que debe contar un emprendedor de acuerdo a este autor son las siguientes:

- ◆ Confianza en uno mismo
- ◆ Creatividad
- ◆ Iniciativa
- ◆ Perseverancia
- ◆ Capacidad de trabajo en equipo

- **Actitudes**

Como ya se ha nombrado anteriormente las actitudes son primordiales para los emprendedores. García (2014) afirma:

La principal actitud de un nuevo empresario es justamente la actitud emprendedora. A la hora de plantearse un futuro laboral caben dos opciones claramente diferenciadas: de un lado hacerse empleado bien de una empresa privada o bien del sector público, de otro lado, crear nuestro propio puesto de trabajo, nuestra propia empresa, bien solos o con la colaboración de otros socios, de otros partícipes en el proyecto. (p.6)

De acuerdo a García (2014) determina que se deben tener en cuenta dos criterios fundamentales:

- La mayor o menor aversión que el emprendedor tenga a perder el dinero invertido. El emprendedor necesita ser consciente de que ese riesgo está presente, si bien puede minimizarse en gran medida con la realización detallada de un plan de negocio ajustado a las circunstancias concretas de su futura inversión. (p.7)
- La capacidad de comprometerse con el proyecto. Emprender una nueva empresa no es una tarea que pueda desarrollarse en un horario determinado y con una serie de días de descanso fijados de antemano. Deberá tener presente que este trabajo le implicará restringir mucho el tiempo libre de que dispone, al menos en la primera fase de la actividad empresarial. (p.7)

- **Intereses y motivaciones**

Los intereses y motivaciones que tiene los emprendedores para iniciar un nuevo negocio son variados y diferentes para cada individuo. García Prado (2014) asevera: “Los motivos para convertirse en emprendedor son muy variables y cada emprendedor tiene el suyo o bien una combinación de varios” (p.7). Estos motivos nacen de acuerdo a las necesidades o circunstancias en las que se presente la oportunidad de negocio. De acuerdo a García (2014) algunos de los motivos por los cuales se inician ideas de negocio pueden ser:

- Salir del desempleo
- Para mejorar los ingresos presentes
- Como forma de autorrealización profesional
- Para tener el control de la carrera profesional

- **Empoderamiento**

El empoderamiento como tal es una de las claves más significativas para conseguir llegar hacia una meta, y aprovechar todos y cada uno de los recursos con los que se dispone y que se tiene en su entorno. Niño Lya Margarita (2006) afirma: “El empoderamiento es entendido como el proceso de ganar poder, y tienen la intención de cambiar las relaciones de poder en favor de aquellos que con anterioridad tenían escaso control y autoridad sobre sus propias vidas” (p.48). En este sentido el empoderamiento es la clave de los emprendedores para tomar control sobre su negocio y acrecentar su potencial para lograr el éxito.

Otra definición es la que establece Enrique García Prado (2014) afirmando:

El empoderamiento es un concepto que responde a un proceso por el cual un individuo ve aumentada su fortaleza personal, dando lugar como resultado a un

incremento de la confianza en sus propias capacidades y recursos a la hora de ejecutar acciones. (p.16)

En relación con el emprendimiento, el empoderamiento se utiliza para dotar a las personas que deciden iniciar una actividad por cuenta propia de las capacidades suficientes para afrontar este proceso.

El desarrollo de estas capacidades significa que las personas tienen una mayor fe en sí mismas, en sus recursos y talentos, e implica un proceso de autoconocimiento y reafirmación de las propias fortalezas, materializándose todo ello en una mayor confianza en las acciones que realizan.

Las capacidades personales más importantes que debe poseer un emprendedor son:

Tabla 1

Capacidades Personales

Capacidades
Ilusión
Confianza
Optimismo
Inquietud, ganas de aportar valor y de crear
Capacidad de actuar y de aprender (de los aciertos y de las decisiones no tan acertadas)
Paciencia

Nota: En la tabla se describen las principales capacidades personales que debe tener un emprendedor para tener éxito en el desarrollo de la idea de negocio.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

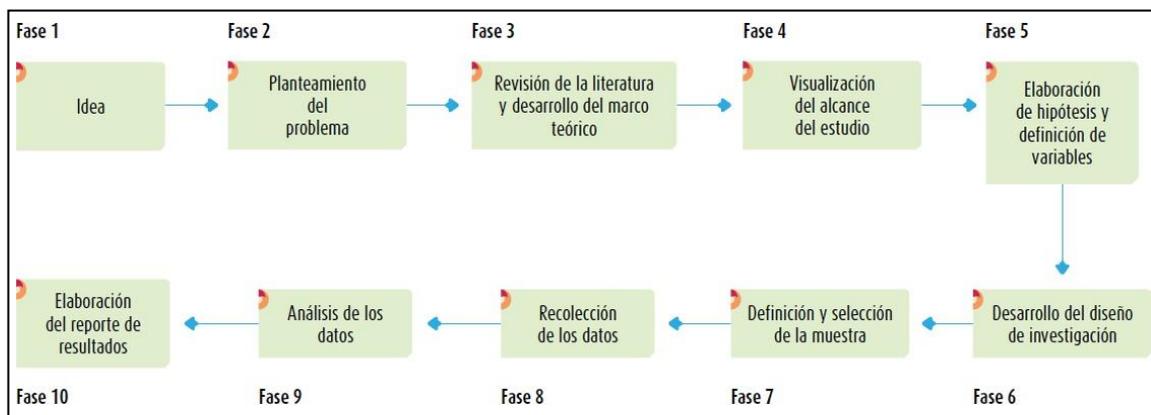
3.1.1. Enfoque

Para la presente investigación se aplicó un enfoque cuantitativo:

Enfoque cuantitativo. – Para Hernández Sampieri (2014), es aquel que “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar las teorías”.

Figura 5

Proceso Cuantitativo



Nota: La figura muestra el proceso cuantitativo que se lleva a cabo según Hernández Sampieri

El enfoque cuantitativo permitió describir resultados a partir de la técnica de la encuesta y entrevista estructurada con los informantes claves, la población económicamente activa de la parroquia, de igual forma se presentan estadísticas, a través de tablas y figuras, de los resultados obtenidos de dichos instrumentos de recolección de datos, para identificar las principales oportunidades de negocio que se presentan y las causas que limitan el crecimiento de estas oportunidades, teniendo en cuenta los diferentes indicadores políticos, económicos y sociales de la parroquia.

La investigación cuantitativa se realiza en base a un estudio por medio de encuestas, las mismas que tienen la finalidad de obtener información mediante un interrogatorio a un grupo de personas, en donde se plantean distintas preguntas a través de un cuestionario respecto a su comportamiento, necesidades, deseos, así como características demográficas, económicas, sociales y estilo de vida. (Malhotra, 2008)

3.1.2. Tipo de Investigación

Investigación descriptiva: “Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades”. (Rivero,2008)

Se aplicó una investigación descriptiva debido a que se realiza una recolección de datos sobre la base de una hipótesis, y también se expone y puntualiza de forma minuciosa las características de la población y del sector de estudio, igualmente resume la información de manera metódica para ser analizada minuciosamente en los resultados, con el fin de extraer generalidades significativas que contribuyan al conocimiento.

Investigación documental: “Es aquella investigación científica que, mediante un proceso formal de recopilación, concentra datos e información incluida en libros, textos, apuntes, revistas, páginas web o cualesquiera otros documentos gráficos, manuscritos, icnográficos y electrónicos”. (Muñoz Razo, 2011)

Esta investigación fue aplicada con la recopilación de información y datos, en fuentes como libros, investigaciones realizadas anteriormente, textos, datos proporcionados por el GAD parroquial; los cuales serán posteriormente analizados y nos permitirá encontrar los fundamentos científicos que llevan a la discusión, y análisis de la problemática encontrada en la zona de estudio a fin de generalizar la realidad actual de las oportunidades de negocio en la parroquia de Julio Andrade.

3.2. HIPÓTESIS

H₀: No existen oportunidades de negocio en la parroquia Julio Andrade, cantón Tulcán, que aporten a la economía y productividad de los habitantes.

H₁: Existen oportunidades de negocio en la parroquia Julio Andrade, cantón Tulcán, que aporten a la economía y productividad de los habitantes.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

La investigación se consideró univariante debido a que para su desarrollo se determina una sola variable, la cual no tiene causalidad directa para el estudio, es por ello que se la denominó compleja, y para su estudio es necesario descomponerla en varias dimensiones para su análisis.

Variable independiente: Oportunidades de negocio

Tabla 2
Operacionalización de variables

DIMENSIÓN	INDICADOR	TÉCNICA	FUENTE
Situación actual de la zona	<ul style="list-style-type: none"> • Factores externos • Factores internos 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • PDOT • Presidente parroquial
Percepción del sector	<ul style="list-style-type: none"> • Alto crecimiento • Nivel de calidad de vida • Salida de la zona por falta de servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • PDOT • Habitantes y emprendedores
Criterios de selección y evaluación de oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Factibilidad en la parroquia • Atractivo como negocio • Tipo de negocio • Nivel de aportación a la economía de la parroquia 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • PDOT • Habitantes y emprendedores
Factores de la oportunidad de negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Atributos • Riesgos 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • PDOT • Habitantes y emprendedores
Capacidades de emprendedores	<ul style="list-style-type: none"> • Características del emprendedor • Habilidades del emprendedor • Conocimientos 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Habitantes y emprendedores

Nota: La tabla describe la operacionalización de la variable considerada para la investigación

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Se hizo uso de los siguientes métodos para la investigación:

- El método deductivo: César Bernal (2006), determina que es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, entre otros, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.

Este método se lo aplicó en la investigación, corresponde a ser aplicado al ser una investigación de enfoque cuantitativo, en la cual nos permite tomar conclusiones generales para llegar a ser aplicadas en hechos específicos y particulares.

- El método analítico: Hurtado & Toro (2007), establecen que este método “consiste en la descomposición mental del objeto estudiado en sus distintos elementos o partes para obtener nuevos conocimientos acerca de dicho objeto”. El fin del estudio radica, en reconocer las partes de un todo, establecer los nexos o relaciones que hay entre ellas y las leyes que rigen su adelanto.

El mismo que permitió identificar, comprender y explicar al sector de estudio, su situación actual referente a las oportunidades de negocio y los principales productos que puedan generar nuevas ideas de negocio que tengan rentabilidad en la zona.

3.4.1. Análisis Estadístico

Para la investigación se aplicó encuestas con el fin de identificar las oportunidades de negocio que tienen posibilidad de ser potenciadas, la población que se tomó en cuenta es la económicamente activa, ya que ellos poseen características y conocimientos en temas emprendimiento y una visión más clara de la situación económica y productiva de la zona. Además, se aplicó entrevistas a expertos en temas productivos dentro de la parroquia. Se utilizó la estrategia de matriz FODA para el análisis de la realidad actual de la parroquia.

Se determinó que la parroquia de Julio Andrade posee una población económicamente activa finita al año 2015 de 3261 habitantes, dato obtenido del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Julio Andrade 2015-2031.

La aplicación de la fórmula para determinar la muestra de la población finita es la siguiente:

$$n = \frac{K^2 \times p \times q \times N}{(e^2 \times (N - 1)) + K^2 \times p \times q}$$

Reemplazando:

N= 3261 población

K= 1,96 nivel de confianza del 95%

e= 0,05 margen de error

p= 0,5

q= 0,5

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 3261}{(0,05^2 \times (3261 - 1)) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 815,25}{(0,0025 \times 3260) + 3,8416 \times 0,25}$$

$$n = \frac{3131,8644}{(8,15) + 0,9604}$$

$$n = \frac{3131,8644}{9,1104}$$

$$n = 343,7680$$

$$n \approx 344$$

Obteniendo así un resultado de una muestra de 344 encuestas para ser aplicadas dentro de la parroquia.

Debido a la situación actual de emergencia sanitaria que se vive en el país y el mundo, el acceso al sector de estudio y la interacción directa con los habitantes es limitado, por ello no se completó con el total de encuestas planificado, se llegó a 206 encuestas realizadas, es decir el 60% del total. La forma de aplicación se la realizó de manera virtual lo que no permitió tener un contacto directo con los encuestados, y no se logró interactuar con ellos para observar su comportamiento con respecto a la contestación de la encuesta y la información que nos brindan.

Por la realidad actual, de igual manera se consideró utilizar la estrategia de la determinación de muestra por juicio, que según Malhotra (2004), afirma que:

Este tipo de muestreo hace referencia que es una forma de muestreo por conveniencia en el que los elementos de la población se seleccionan con base en el juicio del investigador, el cual, empleando su juicio o experiencia, elige los elementos que se incluirán en la muestra porque cree que son representativos de la población, de interés o que son apropiados en alguna forma.

Con este tipo de muestreo se analizó detalladamente los individuos de estudio seleccionando los más adecuados, y que se acoplen a las características requeridas para obtener información acertada y específica para el desarrollo de la investigación.

Una de las principales ventajas que se obtuvo al aplicar este tipo de muestreo, es que representó un costo bajo, conveniente y rápido. Por otro lado, nos permitió obtener resultados casi en tiempo real, pues los miembros de la muestra poseen el conocimiento y la comprensión acorde al tema de investigación.

Se seleccionó este tipo de muestreo debido a que al existir una limitación de tiempo es necesario seleccionar a los individuos que brinden información verídica, y que además tengan un conocimiento más acertado sobre el tema a investigar. En este tipo de muestreo se tomó en cuenta el hecho de que el investigador puede o no ser competente para llevar a cabo un proceso de muestreo eficaz, siendo esta la única desventaja que se presenta. Es por ello que para superar esta desventaja y que la investigación tenga los resultados y el éxito deseado, se asume la responsabilidad de comprender el tema a fondo y crear una muestra con individuos que presenten las características necesarias con el fin de que aporten la información más beneficiosa para el desarrollo de la investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Con el fin de alcanzar los objetivos planteados con anterioridad en la investigación, a continuación, se detalla la información obtenida a través de la aplicación del instrumento de encuesta, complementado con tablas y figuras del programa IBM SPSS STADISTICS 22, para una comprensión más clara de los resultados.

En primer lugar, se presenta los resultados acordes al objetivo para observar las condiciones de actuales de las oportunidades de negocio en la parroquia.

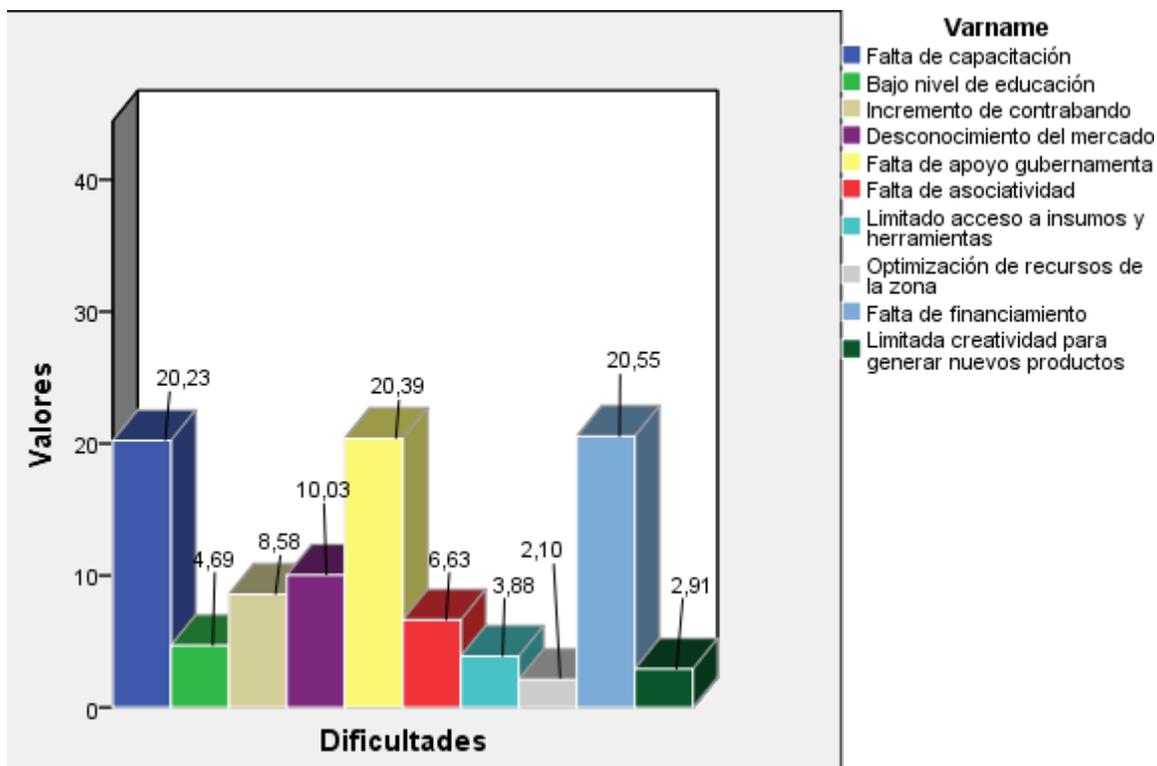
Tabla 3
Dificultades de las oportunidades de negocio

Opciones	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Falta de capacitación	125	20,2%	60,7%
Bajo nivel de educación	29	4,7%	14,1%
Incremento de contrabando	53	8,6%	25,7%
Desconocimiento del mercado	62	10,0%	30,1%
Falta de apoyo gubernamental	126	20,4%	61,2%
Falta de asociatividad	41	6,6%	19,9%
Limitado acceso a insumos y herramientas	24	3,9%	11,7%
Optimización de recursos de la zona	13	2,1%	6,3%
Falta de financiamiento	127	20,6%	61,7%
Limitada creatividad para generar nuevos productos	18	2,9%	8,7%
Total	618	100%	300%

Nota: La tabla describe cuales son las principales dificultades que limitan el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio en la parroquia de acuerdo a la opinión de la población.

Figura 6

Principales dificultades



Nota: La figura muestra cuales son las principales dificultades que limitan el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio en la parroquia

Considerando el criterio de los habitantes de la población se puede determinar que las tres principales dificultades que limitan el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio dentro de la parroquia son: la falta de apoyo gubernamental, debido a que no existe ninguna política que los acoja y favorezca la creación de nuevos negocios, y además el respaldo que tienen los emprendedores por parte de las instituciones estatales es poco, esto de acuerdo a los datos obtenidos en la investigación con un 87,21%; la falta de financiamiento, puesto que según el PDOT parroquial el 86% de la población que solicitan un crédito lo realizan en instituciones privadas, ya que ofertan una mayor rapidez en los procesos crediticios, sin embargo éstas les obligan a pagar interés altos; la falta de capacitación; ya que las instituciones gubernamentales no brindan un plan de capacitación continuo para los habitantes, y conforme a la apreciación de los mismos las capacitaciones que reciben se dan de una manera regular y en algunos casos casi nunca han recibido una, lo cual limita que los emprendedores cuenten con los conocimientos necesarios para el manejo adecuado de un negocio y con esto lograr obtener una mejor rentabilidad.

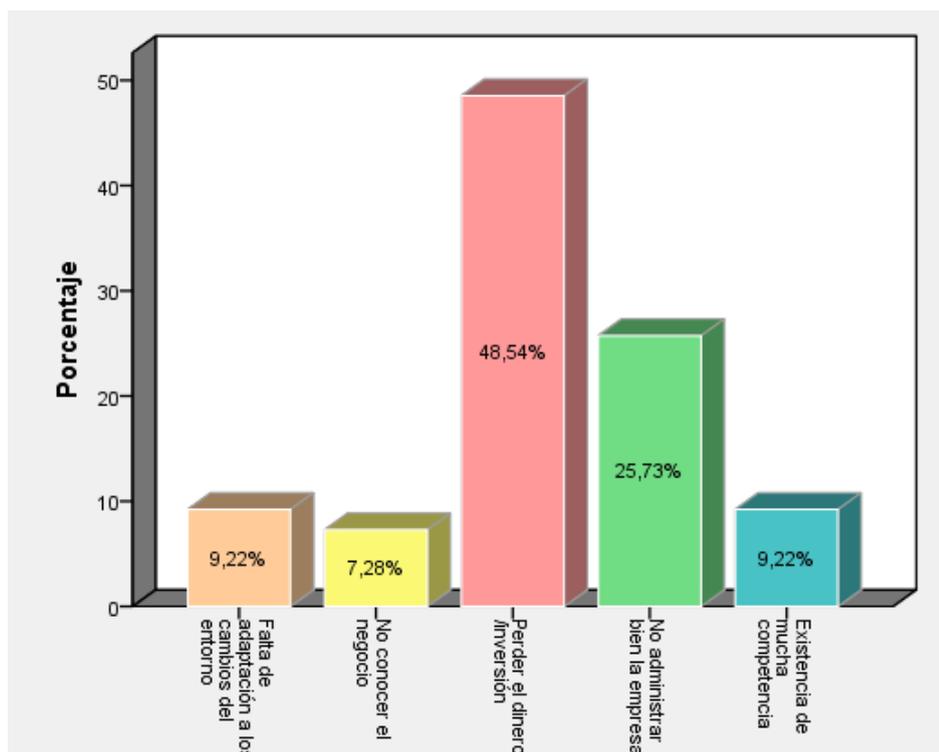
Tabla 4
Principales riesgos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Falta de adaptación a los cambios del entorno	19	9,2%	9,2%	9,2%
No conocer el negocio	15	7,3%	7,3%	16,5%
Perder el dinero /inversión	100	48,5%	48,5%	65,0%
No administrar bien la empresa	53	25,7%	25,7%	90,8%
Existencia de mucha competencia	19	9,2%	9,2%	100%
Total	206	100%	100%	

Nota: Información obtenida de la encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia Julio Andrade

Figura 7

Principales riesgos



Nota: La figura muestra cual es el principal riesgo que afecta a los emprendedores al iniciar un nuevo negocio de acuerdo a los habitantes

Debido a que los emprendedores cuentan solamente con conocimientos básicos para iniciar un nuevo emprendimiento estos sobrellevan ciertos riesgos que afectan el desarrollo de su negocio, ya que tienen un temor a no saber administrar de manera adecuada su

emprendimiento y no contar con el equipo de trabajo apropiado para el desarrollo de las actividades, así como la inadecuada planificación y la falta de un plan estratégico que facilite identificar el camino a seguir y la proyección a futuro del negocio, lo cual puede provocar una pérdida del dinero o la inversión; y con ello limitar la iniciativa de los habitantes por crear nuevos negocios.

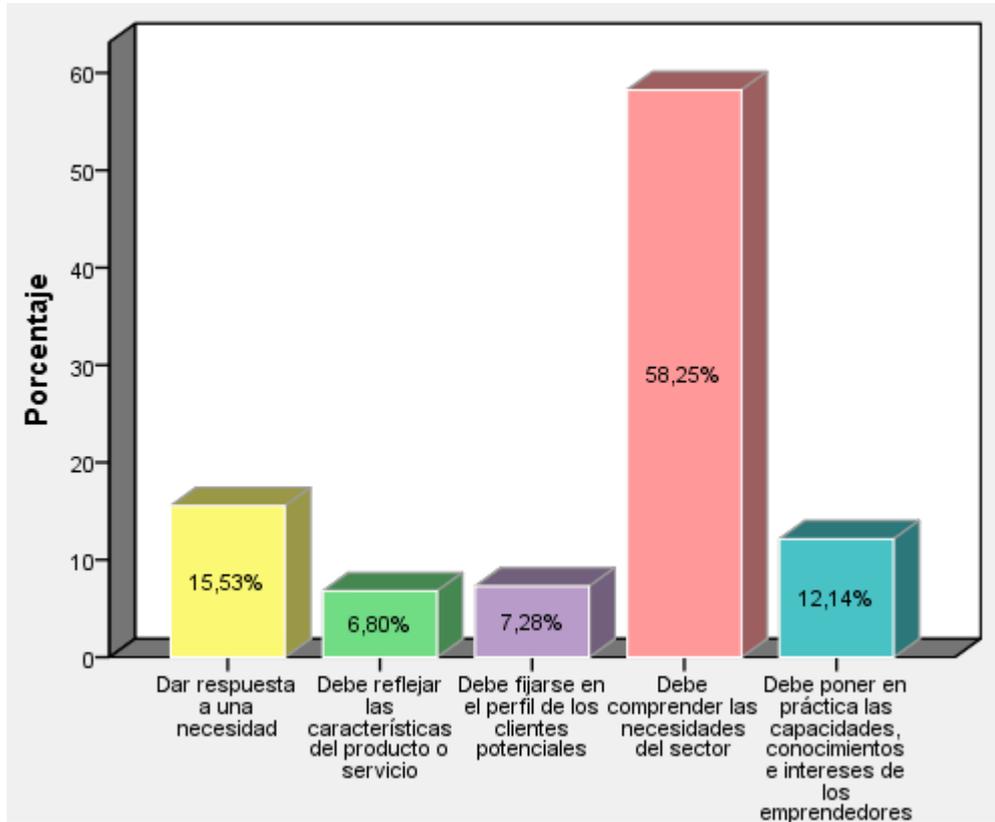
Tabla 5
Atributos de las oportunidades de negocio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Dar respuesta a una necesidad	32	15,5%	15,5%	15,5%
Debe reflejar las características del producto o servicio	14	6,8%	6,8%	22,3%
Debe fijarse en el perfil de los clientes potenciales	15	7,3%	7,3%	29,6%
Debe comprender las necesidades del sector	120	58,3%	58,3%	87,9%
Debe poner en práctica las capacidades, conocimientos e intereses de los emprendedores	25	12,1%	12,1%	100%
Total	206	100%	100%	

Nota: Información obtenida de la encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia Julio Andrade

Figura 8

Atributos



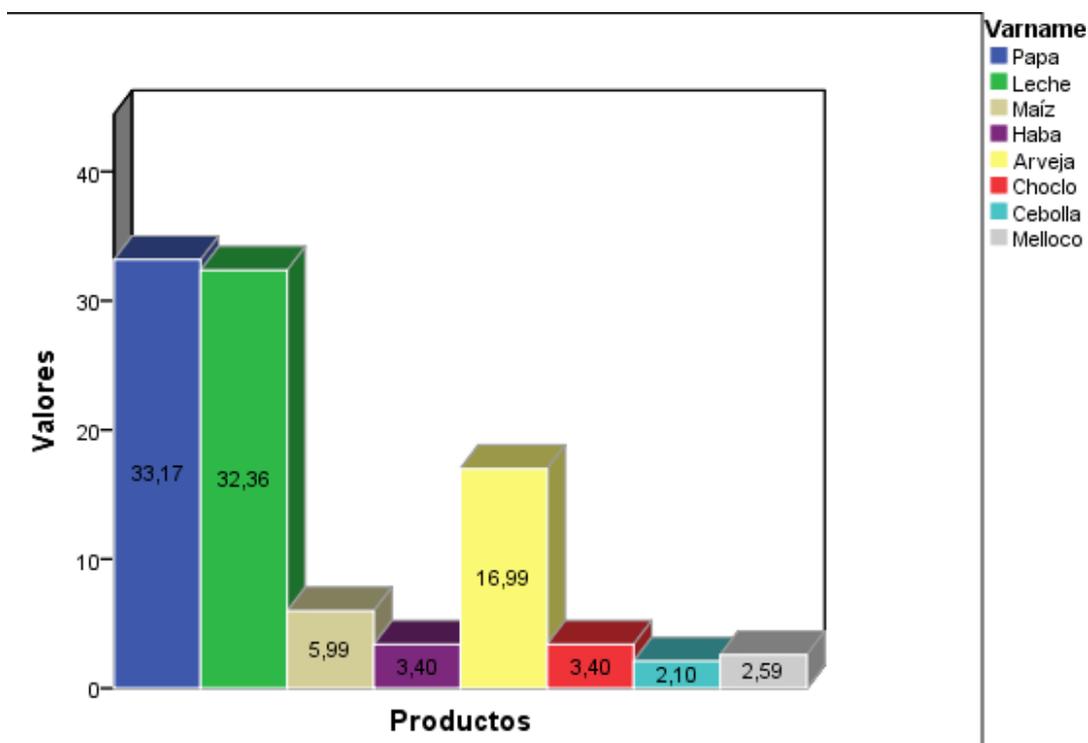
Nota: La figura presenta los principales atributos a considerar para emprender un nuevo negocio

Al momento de iniciar un nuevo emprendimiento la población considera que el atributo primordial que debe tener en cuenta el emprendedor es comprender las necesidades del sector, ya que debe analizar cuáles son los interés insatisfechos de la población, y el mercado objetivo donde se pretende desarrollar el negocio y con ello plantear un plan de negocios que pueda cubrir estas necesidades y que por ende tenga acogida en el mercado local, para que así logre ser sustentable en el tiempo y genere una rentabilidad adecuada que le permita cubrir los gastos que conllevó el inicio del emprendimiento.

Tabla 6*Principales productos de la parroquia*

Productos	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Papa	205	33,2%	99,5%
Leche	200	32,4%	97,1%
Maíz	37	6,0%	18,0%
Haba	21	3,4%	10,2%
Arveja	105	17,0%	51,0%
Choclo	21	3,4%	10,2%
Cebolla	13	2,1%	6,3%
Melloco	16	2,6%	7,8%
Total	618	100%	300%

Nota: Información obtenida de la encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia Julio Andrade

Figura 9*Principales productos*

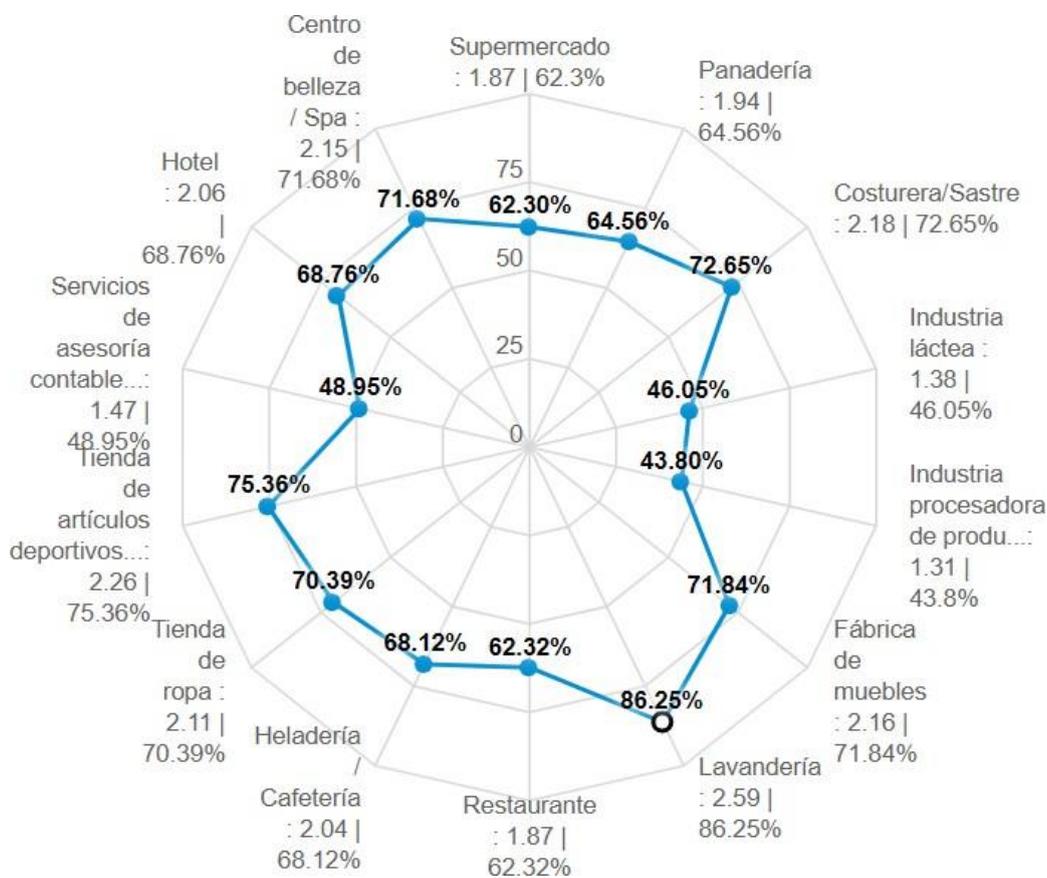
Nota: Se presenta los productos con mayor productividad dentro de la parroquia

Conforme a los datos arrojados por el sistema usado para el análisis de datos SPSS, se determina que los tres principales productos que se destacan en la parroquia de Julio Andrade,

son los siguientes: la papa, un tubérculo con mayor comercialización dentro de la actividad económica de esta zona, de acuerdo al PDOT parroquial la superficie que se ocupa para el cultivo de este producto es de 1680 hectáreas al año, obteniendo una producción anual que asciende a 369600 quintales de papa; teniendo en cuenta que existe una gran diversidad del 35 al 40% en la producción agrícola del total del cantón, siendo esta la parroquia más importante del mismo, tanto en cantidad como en calidad, este nivel de producción es posible gracias a los suelos ricos en nutrientes, las lluvias durante todo el año y las técnicas que desarrollan los campesinos; la leche, con respecto a este producto se obtiene una producción de 19345 litros de leche al día, la venta de leche se considera una alternativa a corto plazo durante el tiempo de espera para la cosecha del producto estrella de la parroquia, es uno de los principales productos pero las utilidades por su comercialización son cada vez menores, debido a la productividad baja y fluctuación de los precios de la leche; y la arveja, el nivel de producción de este vegetal es muy representativo, sin embargo no se oferta en el mercado local, la gran mayoría es destinado al consumo familiar.

Figura 10

Oportunidades de negocio



Nota: Se muestra las oportunidades de negocio con mayor potencial a ser desarrolladas dentro de la parroquia

Luego de haber realizado un análisis de la situación actual de la parroquia, determinando cuáles son sus principales problemas, y cuáles son los productos más destacados de la misma, la población supone que la parroquia es una zona donde sí se pueden desarrollar oportunidades de negocio, y a través de la presente investigación se determinaron cuáles son los principales negocios que se pueden poner en marcha con respecto a la necesidad de los habitantes. Los principales son: industria procesadora de productos derivados de la papa, ya que genera una disminución en los costos de producción principalmente en lo que corresponde a la materia prima, debido a que esta se la encuentra dentro de la misma parroquia; industria láctea, puesto que su componente principal de producción se obtiene en la misma zona, generando un valor agregado para el consumidor a través de la oferta de productos de calidad y frescos; servicios de asesoría contable y financiera, este tipo de negocio se considera factible dentro de la parroquia debido a que no existe ningún tipo de emprendimiento similar que aporta a la ciudadanía con líneas de servicio de auditoría y finanzas, consultoría, estrategia y transacciones e impuestos, así mismo este tipo de negocio puede ayudar a los emprendedores a resolver los problemas más difíciles y dar el apoyo que necesitan para ser efectivos y crear valor a largo plazo en sus negocios. Cada una de estas ideas de negocio planteadas tiene la capacidad de generar nuevas fuentes de empleo para los mismos habitantes de la zona, ayudando a la economía y al mejoramiento de su calidad de vida.

En relación a la investigación realizada y a partir del instrumento aplicado se determina que son varias las oportunidades de negocio que se pueden poner en marcha dentro de la parroquia, sin embargo, existen dificultades que limitan el desarrollo de las mismas. Es por ello que se realiza un análisis profundo para brindar a los habitantes información acerca de los negocios más rentables de acuerdo a las necesidades de los pobladores, que se pueden desarrollar y que estos sean perdurables en el tiempo y aporten al mejoramiento de su economía.

Los siguientes resultados aportan una visión clara de cuál es la situación actual y real de zona con respecto a su economía, productividad y crecimiento.

Tabla 7

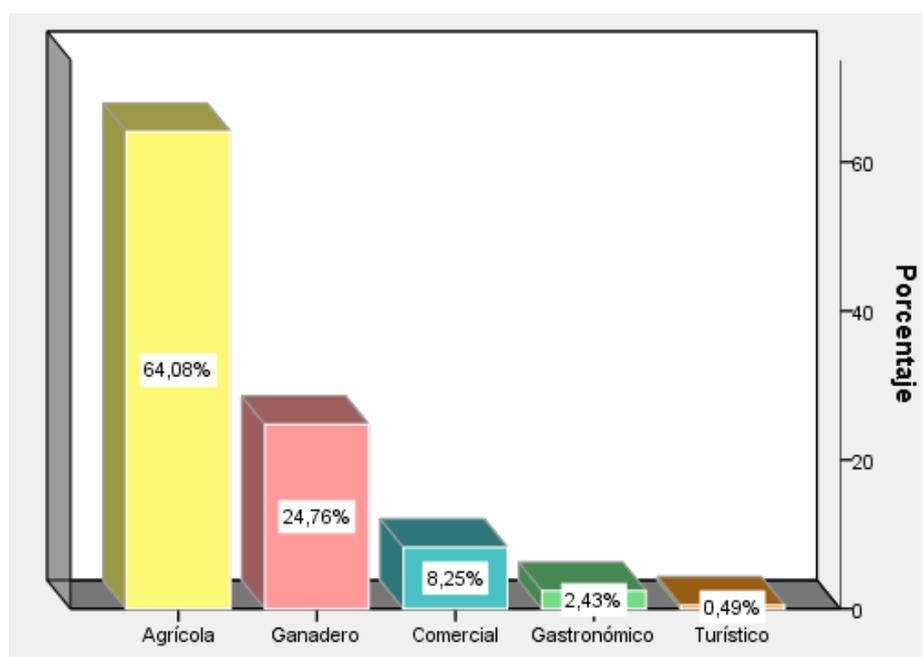
Sector más productivo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Agrícola	132	64,1%	64,1%	64,1%
Ganadero	51	24,8%	24,8%	88,8%
Comercial	17	8,3%	8,3%	97,1%
Gastronómico	5	2,4%	2,4%	99,5%
Turístico	1	0,5%	0,5%	100 %
Total	206	100%	100%	

Nota: La tabla describe cual es el sector que consideran que es el más productivo actualmente en la parroquia de Julio Andrade.

Figura 11

Sector productivo



Nota: Se presenta cual es el sector más productivo actualmente en la parroquia de acuerdo a los habitantes

De acuerdo a la figura y a los datos obtenidos se puede evidenciar que el sector más productivo actualmente en la parroquia de Julio Andrade es el agrícola, seguido por el sector ganadero, al igual que los datos presentados en el PDOT parroquial, en donde se especifica que del total de la población económicamente activa el 80% se dedica a la agricultura y ganadería. Conforme a estos indicadores se puede confirmar que el principal sector que mueve la economía de la parroquia es el primario.

Tabla 8

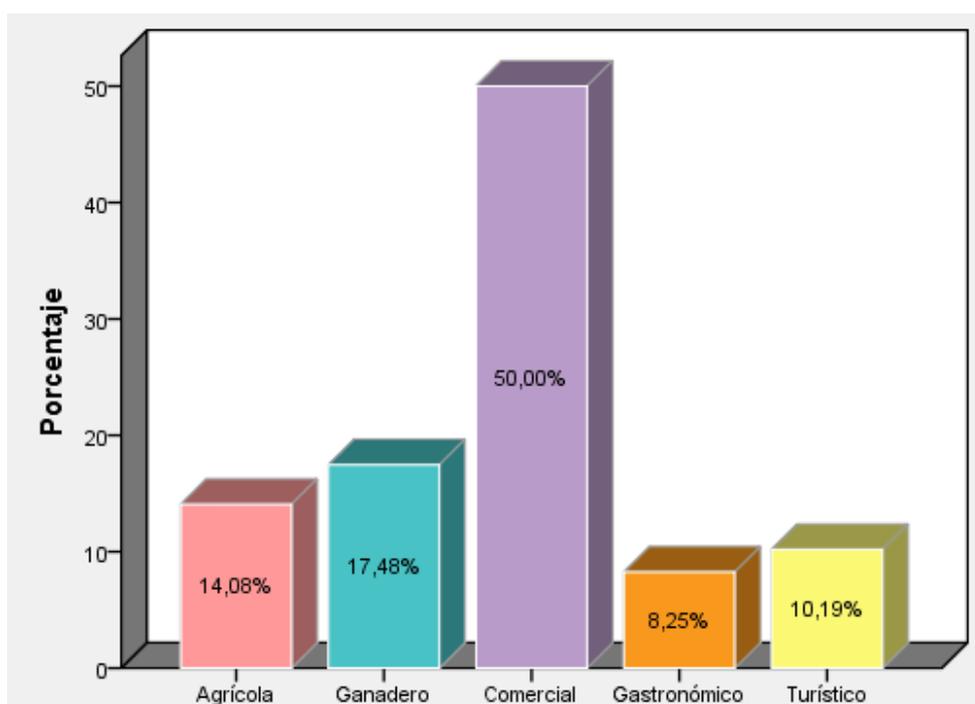
Sector que mejoraría la economía

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Agrícola	29	14,1%	14,1%	14,1%
Ganadero	36	17,5%	17,5%	31,6%
Comercial	103	50,0%	50,0%	81,6%
Gastronómico	17	8,3%	8,3%	89,8%
Turístico	21	10,2%	10,2%	100%
Total	206	100%	100%	

Nota: Se describe cuál de los sectores es considerado para que aporte a mejorar la economía de la zona

Figura 12

Sector de apoyo



Nota: Se describe el sector que aportaría al mejoramiento de la economía de la zona

Según la opinión de la población de la parroquia, otro de los sectores que aportaría al mejoramiento económico de la zona es el comercial, debido a que, si se genera un mayor comercio en la zona, se logra mantener una circulación del dinero dentro de la misma, y esto ayudaría al progreso de la economía y al nivel de vida de los habitantes. De la misma forma se

promueve un desarrollo equilibrado, se fortalecen los emprendimientos incrementando su producción, y permite generar una diversificación de los productos que aporta un valor agregado para que exista un crecimiento en las ventas e ingresos de los comerciantes.

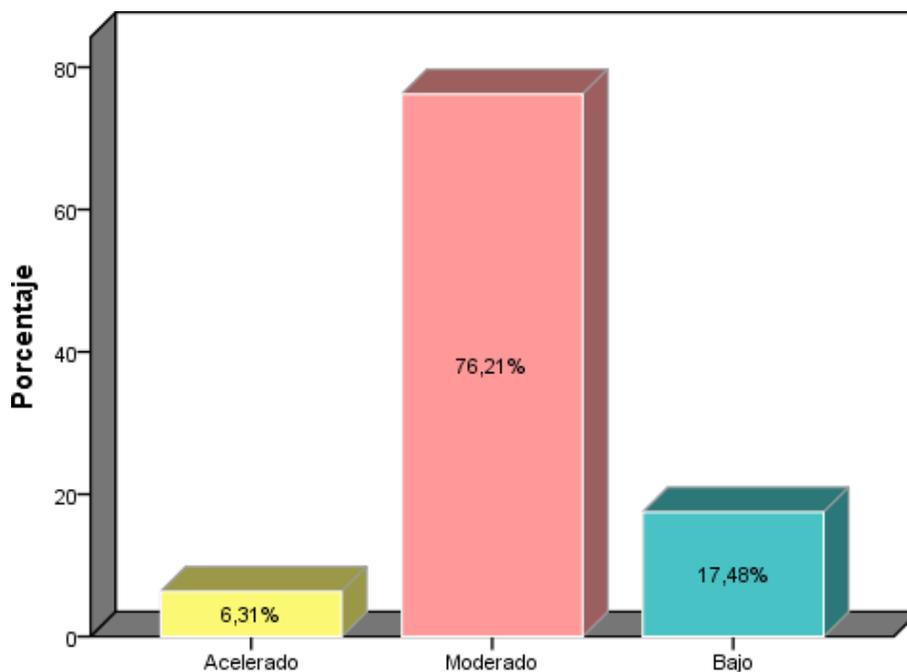
Tabla 9
Crecimiento de la parroquia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Acelerado	13	6,3%	6,3%	6,3%
Moderado	157	76,2%	76,2%	82,5%
Bajo	36	17,5%	17,5%	100%
Total	206	100%	100%	

Nota: La tabla describe la opinión de los encuestados de como consideran el crecimiento de la parroquia.

Figura 13

Crecimiento



Nota: La figura muestra como ha sido el crecimiento de la parroquia

Con respecto al crecimiento parroquial se refleja que más de la mitad de los habitantes encuestados opinan que la parroquia ha crecido a un ritmo moderado, en todos sus componentes, los cuales son: económico, socio – cultural, conectividad, energía y movilidad, político institucional y biofísico; lo que evidencia que ha mejorado la calidad de vida de la

población, a través de las diferentes gestiones del GAD parroquial, como: el desarrollo de una institución eficiente que atienda de las necesidades de las comunidades rurales y urbanas, la coordinación de acciones con otros actores gubernamentales que permitan la creación de nuevos proyectos para garantizar una adecuada infraestructura vial, energética y de conectividad en la zona, entre otras estrategias que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos.

Estos resultados aportaron a determinar e identificar cuál es la situación actual del sector con respecto a la calidad de vida, los sectores más productivos, el crecimiento de la parroquia y el conocimiento con el cual cuentan los emprendedores, y como estos influyen en la creación de nuevos negocios.

En complemento de los resultados anteriores, a partir del segundo instrumento aplicado se pudo determinar las principales características de la parroquia con respecto a los diversos componentes dentro de la misma, como educación, infraestructura, producción y economía, organización y participación, recursos naturales y salud. Los resultados se muestran a través de un análisis FODA cruzado de la parroquia que nos permitió definir las principales variables que afectan el ambiente interno y externo de la parroquia.

A continuación, se presenta la matriz FODA y las estrategias para cada uno de los componentes de desarrollo de la parroquia:

Tabla 10*Matriz Foda Componente Educación*

EDUCACIÓN	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • La parroquia cuenta con instituciones educativas adecuadas para brindar un buen aprendizaje a la niñez y adolescencia • Bajo nivel de analfabetismo en la parroquia • Docentes con alto nivel profesional que imparten los conocimientos y enseñanzas a los niños, jóvenes y adolescentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente transporte para los estudiantes de comunidades lejanas • Los jóvenes y adolescentes tienen poca participación en la vida comunitaria • No existe un programa de alfabetización dentro de la parroquia
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un programa de alfabetización • Fortalecer la participación de los jóvenes y adolescentes en la vida comunitaria de la parroquia 	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución del presupuesto para la educación • Incremento de la migración • Nivel bajo de convenios con instituciones públicas y privadas para el equipamiento y obtención de acceso a internet

Nota: Información obtenida de la entrevista aplicada a las autoridades de la parroquia Julio Andrade

Tabla 11*Estrategias de Educación*

EDUCACIÓN		
Estrategias	Actores de apoyo	Priorización
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer un sistema de capacitación y socialización de programas educativos tanto a niños, jóvenes, docentes y padres de familia 		1
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer una mesa de diálogo y concertación en torno a la educación en la parroquia 	Ministerio de educación	2
<ul style="list-style-type: none"> • Estructurar una comisión de educación a nivel parroquial 	Junta parroquial Padres de familia	3
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo conjunto en los reclamos o solicitudes al gobierno por el presupuesto para la educación 	Estudiantes	4

Nota: Estrategias establecidas para el mejoramiento del componente educación

Tabla 12*Matriz Foda Componente Infraestructura y Servicios*

INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento de vías de acceso a las diferentes comunidades de la parroquia • Sistemas de agua potable apropiado • Correctas redes telefónicas • La parroquia cuenta con un mercado y centro de acopio • Se cuentan con casetas para parada de buses. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente infraestructura turística • Escaso alcantarillado y letrinización • Espacios recreativos como: espacios verdes, parques, etc. • Bajo nivel de implementación del Plan de Ordenamiento Territorial
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de las instituciones gubernamentales como: Municipio, Gobierno Provincia • Establecer gestiones ante los organismos estatales y privados para el apoyo en infraestructura. • Reglamento de Infraestructura y Equipamiento comunitario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Destrucción de las vías, casas comunales, canchas, etc. Por deficiente organización y mantenimiento comunitario.

Nota: Información obtenida de la entrevista aplicada a las autoridades de la parroquia Julio Andrade

Tabla 13*Estrategias de Infraestructura y Servicios*

INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS		
Estrategias	Actores de apoyo	Priorización
• Gestión permanente de obras de infraestructura		1
• Invertir los recursos de forma equitativa en todos los sectores	Ministerio de transporte y obras públicas	2
• Generación de nuevos proyectos turísticos	Junta parroquial	3
• Concientización a la comunidad para el cuidado, mantenimiento y adecuación de los espacios públicos	Comunidad GAD cantonal	4
• Mantenimiento de vías, cunetas, bordillos y alcantarillado	GAD provincial	5

Nota: Estrategias establecidas para el mejoramiento del componente infraestructura y servicios

Tabla 14*Matriz Foda Componente Organización y Participación*

ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN	
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existencia de una liga deportiva parroquial • Existencia de una organización de líderes comunitarios • Buena participación de la población en las fiestas. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baja participación de la ciudadanía en actividades parroquiales • Falta de una organización de jóvenes • Bajo nivel de comunicación, la población conoce sobre los proyectos y programas que plantea el GAD parroquial
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las organizaciones locales están abiertas • Junta parroquial abierta para establecer coordinación y comunicación con las organizaciones 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deficiente apoyo de instituciones del estado, ONGs, en programas que fomenten el proceso de organización y participación social • Incremento de la crisis económica • Existencia de conflictos entre representantes comunitarios

Nota: Información obtenida de la entrevista aplicada a las autoridades de la parroquia Julio Andrade

Tabla 15*Estrategias de Organización y Participación*

ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN		
Estrategias	Actores de apoyo	Priorización
<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar el Plan de Desarrollo Territorial, para que se convierta en una herramienta que guíe las gestiones de las organizaciones, asociaciones y comunidad en general 	Junta parroquial Comunidad	1
<ul style="list-style-type: none"> • Crear espacios de participación ciudadana (asambleas parroquiales, mesas de concertación, diálogo etc.). 	Asociaciones y organizaciones locales	2
<ul style="list-style-type: none"> • Propiciar la cogestión de las organizaciones y asociaciones en los proyectos de desarrollo. 	GAD cantonal	3
<ul style="list-style-type: none"> • Formación de un consejo de desarrollo parroquial 		4

Nota: Estrategias establecidas para el mejoramiento del componente organización y participación

Tabla 16*Matriz Foda Componente Producción y Economía*

PRODUCCIÓN Y ECONOMÍA	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Áreas ganaderas, para generar una excelente producción de leche • Se cuenta con pastos naturales • Terrenos con servicio de agua • Cultivos de maíz, hortalizas, frutales, otros • Tierras aptas para la producción agropecuaria • Crianza artesanal de animales menores y mayores • Habilidades artesanales • Calidad de los productos agrícolas • Calidad de animales mayores y menores • Vocación agrícola 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe interés de la población en producción de abonos orgánicos • Bajo nivel de producción agrícola invernadero • Escasa producción de abonos orgánicos • Deficiente apoyo a la actividad artesanal • Pocas áreas para la producción de madera • Bajos recursos económicos para la inversión productiva • Deficiente protección de vertientes de agua
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de proyectos de procesamiento de lácteos – agroindustria • Construir micro reservorios para almacenar agua lluvias – riego • Formación de talentos humanos en agropecuaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad económica impiden realizar inversiones a largo plazo • Desinterés de la población en la producción agropecuaria y artesanal

Nota: Información obtenida de la entrevista aplicada a las autoridades de la parroquia Julio Andrade

Tabla 17*Estrategias de producción y economía*

PRODUCCIÓN Y ECONOMÍA		
Estrategias	Actores de apoyo	Priorización
• Fomentar la producción de huertos familiares	Ministerio de Agricultura y Ganadería	1
• Implementación de programas de mejoramiento de pastos y ganado	Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias	2
• Desarrollo de estrategias operativas para el manejo adecuado en el procesamiento lácteo y de agroindustria		3

<ul style="list-style-type: none"> • Construir sistemas de riego y almacenamiento de agua lluvia 	Ministerio del Ambiente	4
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer líneas de crédito que apoye a la actividad agropecuaria 	Junta parroquial	5
<ul style="list-style-type: none"> • Ampliar el cultivo de productos y la elaboración de leche aprovechando las tierras aptas para la producción agropecuaria y las áreas ganaderas 		6

Nota: Estrategias establecidas para el mejoramiento del componente producción y economía

Tabla 18

Matriz Foda Componente Recursos Naturales – Ambiente

RECURSOS NATURALES – AMBIENTE	
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de animales silvestres • Viveros de producción de plantas • Existencia de un plan de manejo ambiental parroquial 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • No se cuenta con fuentes de agua • Deficiente relleno sanitario manejado técnicamente • Pocos lugares turísticos naturales • Bajo nivel de organización local para la preservación y conservación de recursos naturales
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contar con proyectos integrales de manejo de los recursos naturales, fuentes de agua. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de asistencia técnica institucional (Ministerio del Ambiente) • La junta parroquia destina bajos fondos al manejo de recursos naturales y capacitación

Nota: Información obtenida de la entrevista aplicada a las autoridades de la parroquia Julio Andrade

Tabla 19

Estrategias de recursos naturales - ambiente

RECURSOS NATURALES – AMBIENTE		
Estrategias	Actores de apoyo	Priorización
<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar el adecuado manejo de los fondos monetarios destinados a recursos naturales y capacitación 	Ministerio del Ambiente	1
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer un sistema de capacitación y concientización parroquial en torno al ambiente 	Junta parroquial GAD Cantonal	2
<ul style="list-style-type: none"> • Formular proyectos en torno al manejo de los recursos naturales; agua, vegetación, suelo 	Asociaciones y organizaciones locales	3
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar concursos e incentivos para el mantenimiento de áreas naturales 		4

Nota: Estrategias establecidas para el mejoramiento del componente recursos naturales – ambiente

Tabla 20*Matriz Foda Componente Salud*

SALUD	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Se cuenta con infraestructura en que funciona el sub centro de salud parroquial. • Programas gratuitos de atención a las madres y niños menores de 5 años 	<ul style="list-style-type: none"> • No se cuenta con un programa de atención odontológica para la niñez. • Seguro campesino débil. • Débil Información sobre los programas de salud
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Funcionamiento adecuado del consejo de salud parroquial • Establecer un programa de atención personalizada para personas con enfermedades crónicas, abandonadas y vulnerables 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo presupuesto destinado a la salud

Nota: Información obtenida de la entrevista aplicada a las autoridades de la parroquia Julio Andrade

Tabla 21*Estrategias de salud*

SALUD		
Estrategias	Actores de apoyo	Priorización
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer un programa de capacitación en salud preventiva: talleres, foros etc 		1
<ul style="list-style-type: none"> • Socializar los diferentes programas de salud a toda la comunidad mediante campañas, folletos, trípticos, etc 	Ministerio de Salud Pública	2
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar la factibilidad de atención a domicilio de grupos desfavorecidos con difícil acceso al dispensario médico 	Junta Parroquial Subcentro de salud	3
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo conjunto en los reclamos o solicitudes al gobierno por el presupuesto para la salud 		4

Nota: Estrategias establecidas para el mejoramiento del componente salud

Tabla 22*Matriz Foda Componente Ámbito Social*

ÁMBITO SOCIAL	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Centros de desarrollo infantil • Programas parroquiales que velan por la salud de la población. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de un grupo de apoyo para las personas de la tercera edad • Fallas en el sistema de defensoría parroquial de la niñez y adolescencia • Falta de centros juveniles • Creciente migración • No se valora a la mujer
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con programas sostenibles de apoyo y asistencia social • Fortalecer una red de mujeres 	<ul style="list-style-type: none"> • Mala administración de los recursos • Individualismo, intereses personales • Incremento de la crisis económica

Nota: Información obtenida de la entrevista aplicada a las autoridades de la parroquia Julio Andrade

Tabla 23*Estrategias de ámbito social*

ÁMBITO SOCIAL		
Estrategias	Actores de apoyo	Priorización
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer programas de asistencia personal de grupos vulnerables en la parroquia 		1
<ul style="list-style-type: none"> • Crear una red independiente de mujeres que trabajan e inspiran a otras a superar obstáculos, lo que a su vez estimula el desarrollo de su poder y espíritu emprendedor 	Junta parroquial Asociaciones y organizaciones locales	2
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en condiciones de igualdad para el bienestar de todos los actores del sector 	GAD cantonal	3
<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de capacitación, motivación a los grupos organizados en la parroquia, e integrar más a la población 		4

Nota: Estrategias establecidas para el mejoramiento del componente ámbito social

4.2. DISCUSIÓN

La presente investigación tiene como propósito identificar las principales oportunidades de negocio que se pueden generar dentro de la parroquia Julio Andrade del cantón Tulcán, así como realizar un diagnóstico de las condiciones que tienen estas oportunidades en la zona, estableciendo un análisis detallado de la realidad actual del sector respecto a sus diferentes ámbitos. Para ello se realiza la aplicación de dos instrumentos con el fin de recolectar la información necesaria para analizar al sector de estudio, y obtener resultados acordes al tema planteado.

Los objetivos planteados en la presente investigación se cumplen adecuadamente luego de haber realizado una profunda indagación de información, que sustenta la investigación de estudio, es así, que el primer objetivo nos permite reforzar todos los aspectos que integran las oportunidades de negocio a través de la revisión bibliográfica realizada, de igual manera el segundo objetivo se efectúa al determinar las limitaciones, riesgos y atributos que se generan en el sector al emprender en nuevos negocios, y el tercer objetivo se cumple tras el diagnóstico realizado a la parroquia Julio Andrade en cuanto al análisis de sus factores externos e internos, los mismos que permiten identificar la situación actual de la parroquia, en la cual se busca conocer las oportunidades de negocio que pueden existir y puedan ser desarrolladas en beneficio de la población.

Para realizar una aplicación adecuada de los instrumentos y que estos proporcionen información adecuada y precisa, se elaboraron en base a la revisión de la literatura, además se seleccionó a expertos o especialistas para la validación de los mismos, posteriormente, se procede a realizar un prueba piloto con el fin de verificar la comprensión de las preguntas en la población objeto de estudio, reformulando el cuestionario con interrogantes precisas y claras sin ambigüedades, se obtiene el instrumento final.

Sin embargo, debido a la limitación presente en la investigación no se logró completar el total de la muestra seleccionada, se llegó a cubrir el 60% del total; sin embargo, los resultados son de calidad debido a que se usa el muestreo por juicio de valor, a través del cual se seleccionó a los individuos más acordes para la obtención de información.

Al hacer una indagación de la información en varias fuentes, se tiene un conocimiento amplio para poder hacer un análisis e interpretación completos, es por ello que en lo que corresponde a análisis se responde a los objetivos que se plantearon en la investigación, así

como a las interrogantes que se presentan dentro de la misma, mientras que en lo que refiere a la interpretación se sustenta en base a la propia experiencia al identificar y entender la situación en la parroquia de estudio, basándose en un significado de información amplio.

La investigación y los instrumentos aplicados para el desarrollo de la misma son de mucha utilidad, debido a que permiten analizar de forma clara y precisa la situación de la zona, sus factores internos y externos, así como las características del objeto de estudio, es decir, de las oportunidades de negocio. Por lo cual, puede ser aplicado en cualquier parroquia, siempre y cuando se tomen en cuenta las costumbres y características principales de la zona que se desea estudiar, debido a que la economía de cada sector se mueve por distintas actividades productivas, y sus características aportan para el desarrollo de distintos productos.

Los principales hallazgos encontrados en la presente investigación aportan y corroboran la teoría establecida por García Prado (2014), denominada actitud emprendedora y oportunidades de negocio, dentro de la cual se analizan diversos factores que intervienen en la identificación de oportunidades y que afectan el desarrollo de las mismas para obtener un éxito a futuro. Los factores tomados en cuenta por el autor se refieren a las características del sector y mercado donde se pretende desarrollar las ideas de negocio, así como las particularidades propias del emprendedor; para corroborar esta afirmación a continuación se analiza de forma detallada cada uno de los factores que se deben considerar.

En primer lugar, se analiza las dificultades que limitan el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio en la parroquia, así como Reyes & Ullauri (2017) hacen referencia que para el éxito de las oportunidades se presentan limitantes que podrían intervenir en la factibilidad del negocio, ya sean estos económicos o poblaciones. Por lo cual, se debe realizar un análisis previo de las dificultades que se presentan en la parroquia y analizar las estrategias para saber cómo evitar y sobrellevar estas situaciones presentes, con el fin de realizar un mejor desarrollo de las ideas de negocio.

El siguiente factor a considerar, son los riesgos que toman en cuenta los emprendedores al momento de poner en marcha una oportunidad de negocio, que de acuerdo a Hurtado & Valderrama (2016) al momento de iniciar una idea de negocio se pueden presentar varios riesgos y estos pueden afectar el desarrollo del negocio si es que no se tiene un conocimiento previo de hacia donde se pretende llegar. A su vez, como lo mencionan Urbano y Toledo (2000) los riesgos deben ser analizados de acuerdo a las condiciones específicas del mercado y del

sector de estudio. Según las circunstancias de la zona, los riesgos que más analizan los emprendedores son, el perder el dinero de la inversión y no realizar una correcta administración del negocio. Por lo tanto, para que no se vea perjudicada la ejecución y el éxito de la idea de negocio, es mejor identificar los riesgos a los que se ve enfrentada y determinar cómo pueden ser superadas a través del planteamiento de estrategias específicas.

En lo que corresponde a los atributos del negocio se puede identificar que según las características del sector se debe analizar si el producto o servicio a ofrecer comprende las necesidades de los pobladores, así como analizar si se da respuesta a una necesidad, de acuerdo a lo mencionado por Rodríguez y Moreno (2013), que una oportunidad de negocio debe mostrar diversos atributos para que logre materializarse.

Un punto importante a considerar dentro de la identificación de oportunidades de negocio, es la situación actual de la parroquia donde se analiza las oportunidades. García Prado (2014) determina que algo factible para realizar este análisis es la herramienta DAFO, con la cual se analiza cada uno de los ámbitos que afectan al sector como son factores externos e internos. Además, otro aspecto a tomar en cuenta es el producto o productos estrellas o potenciales que se desarrollen dentro del sector, ya que estos ayudan a que los costos de producción y materia prima sean menores ayudando a obtener mejor rentabilidad en las nuevas ideas de negocio.

Así mismo, se debe considerar las necesidades y tendencias de la población, para identificar si la idea de negocio cubre las necesidades de los habitantes y aporta a un mejoramiento de la economía y de la calidad de vida. La mayoría de emprendedores analizan principalmente las necesidades fisiológicas, y con ello se tiene una clara idea del producto o servicio que puede ofertar a ese mercado. Por otra parte, las tendencias cambian constantemente por lo que se hace necesario que los emprendedores analicen cuales son los gustos y preferencias de los consumidores y así innovar de manera continua para continuar en el mercado y atraer y retener a sus clientes.

Para García Prado (2014) además de la situación y realidad del sector se debe estudiar el conocimiento, destrezas y actitudes que tienen los emprendedores para iniciar una nueva idea de negocio. Cada uno de estos factores inciden en la generación y planificación adecuada de una idea de negocio, aporta una visión más clara de cuál es el proceso que debe seguir para tener éxito en el mercado en el que se desea iniciar.

Así mismo, luego del análisis de los resultados se puede determinar que el nivel de conocimiento de los habitantes de Julio Andrade incide en la generación de oportunidades de negocio en la zona, y esto se debe principalmente al bajo nivel de educación que poseen los habitantes, de igual forma al presentarse escasas oportunidades de acceder a capacitación de gestión de negocios lo cual limita el desarrollo de la localidad.

Por otra parte, las oportunidades de negocio con mayor viabilidad dentro de la parroquia tienen un mercado potencial en el sector, esto gracias a que los resultados están basados en las necesidades principales de los pobladores, porque lo que conlleva una aceptación de los negocios dentro de la zona con el fin primordial de aportar un mejoramiento de la economía de la parroquia. Pero, además de los pobladores del sector, una vez identificada la idea de negocio se hace necesario realizar un estudio de mercado detallado con el fin de determinar el alcance que tiene la oportunidad de negocio y la aceptación por la población de la provincia y país.

Finalmente, de acuerdo a la hipótesis planteada “Existen oportunidades de negocio en la parroquia Julio Andrade, cantón Tulcán, que aporten a la economía y productividad de los habitantes.”, a través de la investigación y los resultados obtenidos se determina que es aceptada, esto debido a que los resultados muestran de forma detallada que productos y oportunidades de negocio, basadas en las necesidades de los pobladores de la misma zona, son más rentables y pueden aportar a los pobladores con ideas innovadoras que ayudan a obtener mejores ingresos y por ende mejorar su economía y calidad de vida. En este contexto se puede determinar que la parroquia se destaca por ser productiva en los sectores agrícola y ganadero, destacando así que los principales productos que aportan a la economía de la zona son la papa (33,2%), la leche (32,4%) y la arveja (17%), de acuerdo a los datos obtenidos en la presente investigación. Asimismo, de acuerdo a la información recolectada los pobladores consideran que de acuerdo a las necesidades presentes se pueden desarrollar ideas de negocio como la de generar una industria procesadora de productos derivados de la papa, una industria láctea y, servicios de asesoría contable y financiera, que apoyaran a la economía de la zona y aportaran al desarrollo de nuevas fuentes de empleo mejorando a su vez la calidad de vida. En definitiva, la parroquia si presenta nuevas oportunidades de negocio para ser desarrolladas ayudando a la economía de la zona y tomando en cuenta los principales productos que se desarrollan en la misma.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Luego de haber desarrollado los capítulos I, II, III y IV, así como el correspondiente análisis e interpretación a los datos obtenidos, mismos que sirvieron para la comprobación de la hipótesis establecida, como para las preguntas de investigación, se procede a socializar las principales conclusiones a las cuales se ha llegado, con la finalidad de dar a conocer los aportes que generan las oportunidades de negocio dentro de la parroquia Julio Andrade como zona de estudio, las cuales son:

- La adecuada revisión bibliográfica y los autores que se consideraron para la investigación generan un aporte importante a los antecedentes, definiciones planteadas, criterios de selección y evaluación de oportunidades, factores y capacidades determinantes en los emprendedores, de tal forma que permitió enriquecer la investigación en un punto clave como son las oportunidades de negocio, cumpliendo con el objetivo que se planteó y contribuyendo al desarrollo adecuado del estudio.
- La parroquia de Julio Andrade presenta varias oportunidades de negocio con gran potencial, al contar con varios productos que se destacan dentro de la misma, como son papa, leche y arveja. Las principales oportunidades de negocio identificadas fueron: industria procesadora de productos derivados de la papa, industria láctea y servicios de asesoría contable y financiera, estas ideas fueron determinadas de acuerdo a las necesidades de la población.
- Las principales limitantes que no permiten el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio dentro de la parroquia Julio Andrade, están dadas por la falta de una adecuada capacitación en temas de emprendimiento, así como el limitado acceso a fuentes de financiamiento para el desarrollo del negocio, y, por último, la falta de apoyo de los gobiernos parroquial, cantonal y provincial para el inicio de nuevos negocios que aporten al mejoramiento de la economía y productividad de los habitantes.
- Los emprendedores de la parroquia tienen riesgos a los cuáles se enfrentan, como perder el dinero de la inversión y no saber administrar de manera adecuada el negocio; es así que la falta de conocimiento y preparación, así como pocas capacitaciones recibidas perjudican a los mismos limitando el cómo saber sobrellevar estos riesgos y cómo manejarse en un mercado cada vez con mayor competencia.

- En lo que respecta a la situación actual de la parroquia se encontró características importantes que se debe tomar en cuenta antes de desarrollar una oportunidad de negocio. La parroquia se destaca por ser una zona dedicada a la producción agrícola y ganadera, siendo estas dos actividades las que mueven la economía de la zona, y esto ha contribuido a que se genere un crecimiento moderado del sector; a pesar de esto, los pobladores de la zona no aprovechan esa producción para la creación de nuevos emprendimientos, esto se debe a la falta de apoyo por el gobierno para generar nuevos negocio y que los emprendedores no tienen conocimientos necesarios en temas empresariales.

5.2. RECOMENDACIONES

En base a la investigación ejecutada, los resultados encontrados y conclusiones obtenidas, se pone a consideración las siguientes recomendaciones:

- Una vez concluido el presente trabajo de tesis, se pone a consideración del lector y la comunidad educativa que sigan investigando, puesto que el tema por su profundidad lo amerita, al indagar en las oportunidades de negocio que pueden encontrarse en las distintas zonas de estudio, existirán ideas de negocio innovadoras y a su vez factibles para implementarlas dentro del sector en el cual se realiza el estudio como fuente de trabajo para aquellas personas que desean emprender un negocio dentro de la misma localidad o a su vez ampliarse a varios mercados generando así ingresos hacia ellos como ayudando al crecimiento de la zona.
- Al identificar cuáles son las principales oportunidades de negocio que se pueden desarrollar en la parroquia con el fin de cubrir las necesidades de los pobladores, se recomienda investigar acerca la factibilidad que tienen estos negocios en el sector, analizando de manera detallada el mercado, el funcionamiento técnico operativo y el análisis financiero de los mismos.
- Los emprendedores deben tener una actitud optimista, perseverante y enfocarse en las oportunidades de negocio que no han sido explotadas dentro de la zona en la que desean emprender, con el fin de cubrir el mercado insatisfecho, todo esto lo pueden lograr gracias a la interacción y agrupación con otras personas que tengan las mismas visiones y que presenten una disponibilidad de trabajo arduo para lograr el objetivo, asimismo deben considerar las necesidades de los habitantes con el fin de conseguir un mejor desempeño comercial y un éxito a futuro del negocio.
- Finalmente, dando a conocer las oportunidades de negocio que pueden generarse en la zona, se hace necesario la intervención de los GAD's tanto parroquiales, cantonales y provinciales para apoyar a los emprendedores con las nuevas ideas de negocio y con ello promover sus habilidades y conocimientos, con el fin de contribuir al mejoramiento económico de la zona.

IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernal, C (2006). *Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.
- Bolívar, M., & Fandiño, L. (2008). *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado*. (tesis de pregrado) Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Bustamante, C. (03 de 11 de 2015). *Emprendedores*. Madrid. Recuperado de <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/mercados-sectores-vacio-legaloportunidades-riesgos-emprender>
- Castillo, E., & Quesada, E. (2001). *Manual de capacitación para emprendimientos rurales*. San José, Costa Rica: ASDI.
- D'Alessio, F. (2008). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia*. México: Pearson Educación.
- Dirección Nacional Jurídica. (2015). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Quito.
- García Prado, E. (2014). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio*. España: Paraninfo S.A.
- García Prado, E. (2016). *Dirección y estrategias de la actividad e intermediación comercial*. España: Paraninfo S.A.
- Garrido Hurtado, D., & Valderrama Cardona, E. (2016). *Identificación de las ideas de negocio para la creación de empresa en la población desplazada de Florencia, Colombia*. Revista de investigación, desarrollo e innovación, 37_48. doi: 10.19053/20278306.v7.n1.2016.5634

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tulcán. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Tulcán Actualización 2015 - 2019*. Tulcán.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw - Hill.
- Hurtado, I., & Toro, J. (2007). *Paradigmas y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambios*. Caracas: CEC.S.A.
- Johnson, T. (2018). *El libro del éxito: Cómo crecer en la vida personal y profesional*. LID Editorial.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Lamarca, I. (2007). *Innovación y oportunidades de negocio en la empresa del siglo XXI*. Revista de contabilidad y dirección, 65 - 82.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados, Cuarta edición*. México: Pearson Educación.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados. Quinta edición*. México: Pearson Educación.
- McClelland, D. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid: Narcea.
- Michel, S., & Laurent, D. (2006). *Herramientas para el Análisis Territorial Integral*. Nicaragua: Universidad Centroamericana.
- Muñoz Razo, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México: Pearson Educación.
- Niño, L. M. (2006). *Vicisitudes del capital social: procesos de empoderamiento de las mujeres indígenas inmigrantes a Tijuana Y San Quintín*. Mexicali, Baja California: Universidad Autónoma Baja California.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2007). *Fortalecimiento de los sistemas nacionales de control de los alimentos. Directrices para evaluar las necesidades de fortalecimiento de la capacidad*. Roma, Italia: FAO.

- Organización de las Naciones Unidas. (25 de Septiembre de 2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. ONU. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Ostertag, C. (1999). *Identificación y evaluación de oportunidades de mercado para pequeños productores rurales*. Cali, Colombia.
- Reyes, M., & Ullauri, I. (2017). *Estudio de oportunidades de negocio para las nuevas zonas de expansión urbana en Cuenca. Caso aplicado: Parroquia Nulti - Challuabamba*. (tesis de pregrado). Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador.
- Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. Shalom.
- Rodriguez, F., & Moreno, J. (2013). *Manual para la identificación de oportunidades de negocio*. Caracas, Venezuela: Instituto Internacional de Formación Empresarial.
- Ruiz, A. (2007). *El diagnóstico de situaciones y problemas sociales*. San José: EUNED.
- Ruiz, M., Bojica, A., Albacete, C., & Fuentes, M. (2008). *¿Cómo identifican las oportunidades de negocio los emprendedores? Una aproximación descriptiva al caso andaluz*. Andalucía España: Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA).
- Senplades. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021 Toda una Vida*. Quito.
- Urbano, D., & Toledano, N. (2016). *Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Villarreal Consultora. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Julio Andrade 2015 - 2031*. Tulcán.
- Zorita, E. (2015). *Plan de negocio*. Madrid: ESIC Editorial.

V. ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario de encuesta



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL INTEGRACIÓN
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL



OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LA PARROQUIA JULIO ANDRADE, CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI **ENCUESTA**

El objetivo de esta encuesta es recopilar información que permita identificar las principales oportunidades de negocio que se pueden desarrollar en la parroquia Julio Andrade. La presente encuesta no incluye nombre por lo tanto se ruega que la información que nos proporcione sea fidedigna; es de gran importancia para nuestra investigación, además la información obtenida será utilizada para fines académicos bajo total confidencialidad.

Marca con una **X** para expresar su opinión en cada pregunta.

DATOS GENERALES

Género

Masculino	
Femenino	
LGTBI	

1. **¿Qué sector considera usted que es el más productivo actualmente en la parroquia de Julio Andrade? (Señale una sola opción)**

Agrícola	
Ganadero	
Comercial	
Gastronómico	
Turístico	
Otros	

¿Cuál? _____

2. **Además de esto sectores mencionados ¿cuál otro considera que aportaría el mejoramiento económico de la zona? (Señale una sola opción)**

Agrícola	
Ganadero	
Comercial	
Gastronómico	
Turístico	
Otros	

¿Cuál? _____

3. **¿Cómo considera usted que ha sido el crecimiento de la parroquia?**

Acelerado	
Moderado	
Bajo	

4. **¿Considera que la zona es un lugar de oportunidades de negocio?**

Si	
No	

5. **¿Cómo califica la calidad de vida de la parroquia?**

Muy buena	
Buena	
Regular	
Mala	
Muy mala	

6. **¿Cuáles son las principales dificultades que limitan el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio en la parroquia? (Señale tres principales)**

Falta de capacitación	
Bajo nivel de educación	
Incremento de contrabando	
Desconocimiento del mercado	
Falta de apoyo gubernamental	
Falta de asociatividad	
Limitado acceso a insumos y herramientas	
Optimización de recursos de la zona	
Falta de financiamiento	
Limitada de creatividad para generar nuevos productos	
Otro	

¿Cuál? _____

7. **¿El gobierno provincial, cantonal o parroquial brinda capacitaciones a la población de la parroquia para la generación de nuevos emprendimientos?**

Muchas	
Pocas	
Ninguna	

8. ¿El gobierno provincial, cantonal o parroquial brindan apoyo para el desarrollo de nuevos proyectos empresariales?

Mucho	
Poco	
Nada	

9. ¿Considera que los emprendedores de la parroquia tienen el conocimiento necesario para iniciar un nuevo emprendimiento?

Mucho	
Poco	
Nada	

10. ¿Qué tipo de negocio es más importante y necesario en la zona? Mencione si considera importante otra opción.

Negocio	absolutamente necesario	Necesario	No es necesario
Supermercado			
Panaderías			
Costureras/ Sastres			
Papelería			
Industria láctea			
Industria procesadora de productos derivados de la papa			
Fábrica de muebles			
Lavandería			
Restaurantes			
Heladería / Cafetería			
Tienda de ropa			
Tienda de artículos deportivos			
Servicios financieros			
Hotel			
Centro de belleza /estética			
Otros_			

11. ¿Cuál de los siguientes atributos considera que es el más importante para emprender un nuevo negocio?

Dar respuesta a una necesidad	
Debe reflejar las características del producto o servicio	
Debe fijarse en el perfil de los clientes potenciales	
Debe comprender las necesidades del sector	
Debe poner en práctica las capacidades, conocimientos e intereses de los emprendedores	

12. ¿Cuál considera usted que es el principal riesgo que afecta a los emprendedores al iniciar un nuevo negocio?

Falta de adaptación a los cambios del entorno	
No conocer el negocio	
Perder el dinero /inversión	
No administrar bien la empresa	
Existencia de mucha competencia	

13. ¿Cuáles son los principales productos que se destacan en la parroquia? (Señale 3 principales)

Papa	
Leche	
Maíz	
Haba	
Arveja	
Choclo	
Cebolla	
Melloco	



**OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE LA PARROQUIA JULIO ANDRADE,
CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI**

ENTREVISTA

El objetivo de esta entrevista es recopilar información acerca de la situación y realidad actual de la parroquia Julio Andrade. Es de gran importancia su aporte y colaboración para nuestra investigación, además la información obtenida será utilizada para fines académicos bajo total confidencialidad.

Fecha: __/__/____

¿Qué sector considera usted que es el más productivo actualmente en la parroquia de Julio Andrade?

Agrícola	
Ganadero	
Comercial	
Gastronómico	
Turístico	
Otros	

¿Cuál? _____

¿Cuáles son las principales dificultades que limitan el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio en la parroquia? (Señale los 3 que considere más importantes)

Falta de capacitación	
Bajo nivel de educación	
Incremento de contrabando	
Desconocimiento del mercado	
Falta de apoyo gubernamental	
Falta de asociatividad	
Limitado acceso a insumos y herramientas	
Optimización de recursos de la zona	
Falta de financiamiento	
Limitada de creatividad para generar nuevos productos	
Otro	

¿Cuál? _____

Con respecto a los siguientes aspectos responda de acuerdo al nivel en que se encuentra la parroquia actualmente.

Aspectos	Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
EDUCACIÓN					
La parroquia cuenta con instituciones educativas adecuadas para brindar un buen aprendizaje a la niñez y adolescencia					
La parroquia cuenta con transporte para los estudiantes de comunidades lejanas					
El nivel de analfabetismo en la parroquia					
Los jóvenes y adolescentes se involucran en la vida comunitaria					
Existe un programa de alfabetización dentro de la parroquia					
Existencia de convenios con instituciones públicas y privadas para el equipamiento y obtención de acceso a internet					
INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS					
Mantenimiento de vías de acceso a las diferentes comunidades de la parroquia					
Alcantarillado y letrinización					
Espacios recreativos como: espacios verdes, parques, etc.					
Infraestructura turística					
Sistemas de agua potable					
Redes telefónicas					
Implementación del Plan de Ordenamiento Territorial					
Gestión con organismos estatales o gubernamentales para el apoyo en infraestructura					
ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN					
Participación de la ciudadanía en actividades parroquiales					
Existencia de una organización de jóvenes					
Existencia de una liga deportiva parroquial					
Existencia de una organización de líderes comunitarios					
Nivel de comunicación, la población conoce sobre los proyectos y programas que plantea el GAD parroquial					
Apoyo de instituciones del estado, ONGs, en programas que fomenten el proceso de organización y participación social					

Existencia de conflictos entre representantes comunitarios					
Existencias de mesas de dialogo					
PRODUCCIÓN Y ECONOMÍA					
Áreas ganaderas, producción de leche					
Pastos naturales					
Terrenos con servicio de agua					
Interés de la población en producción de abonos orgánicos					
Cultivos maíz, hortalizas, frutales, otros					
Tierras para la producción agropecuaria					
Producción agrícola bajo invernadero					
Crianza artesanal de animales menores y mayores					
Habilidades artesanales					
Apoyo a la actividad artesanal					
Áreas para la producción de madera					
Calidad de productos agrícolas					
Calidad de animales mayores y menores					
Vocación agrícola					
Recursos económicos para la inversión productiva					
Reservorios para almacenar aguas lluvias – riego					
Protección de vertientes de agua					
Comercio					
Economía					
RECURSOS NATURALES – AMBIENTE					
Fuentes de agua					
Relleno sanitario manejado técnicamente					
Lugares turísticos naturales					
Animales silvestres					
Viveros de producción de plantas					
Organización local para la preservación y conservación de los recursos naturales					
Minas de arena o piedra					
Plan de manejo ambiental parroquial					
Asistencia técnica institucional (Ministerio del Ambiente)					
Fondos destinados al manejo de los recursos naturales y capacitación					
SALUD					
Sub Centro de Salud					
Infraestructura completa de Sub Centro de Salud					
Programa de atención odontológica para la niñez					
Atención de seguro campesino					
Presupuesto destinado a la salud					

Consejo de salud parroquial					
Programa de atención personalizada para personas con enfermedades crónicas, abandonadas, vulnerables					
ÁMBITO SOCIAL					
Grupo de apoyo para las personas de la tercera edad					
Defensoría parroquia de la niñez y adolescencia					
Grupos juveniles					
Centros de desarrollo infantil					
Integración de la población					
Valor a la mujer					
Migración					
Crisis económica					
Sectores vulnerables y desprotegidos					

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA
EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: Collaguazo Collaguazo Nathaly Joselyn

CÉDULA DE IDENTIDAD: 1004573562

NIVEL/PARALELO: Titulación

PERIODO ACADÉMICO: Abril - Mayo 2021

TEMA DE

INVESTIGACIÓN:

Oportunidades de negocio de la parroquia Julio Andrade del cantón Tulcán, provincia del Carchi"

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

PRESIDENTE: Msc García Ibarra Verónica Janneth

LECTOR: Msc. Sanipatín Ponce Luis Enrique

ASESOR: Msc. Pérez Quiróz Roberth Patricio

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: 09H30

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,65

2) Trabajo escrito 2,53

Nota final de PRE DEFENSA 8,18

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



Firmado electrónicamente por:
VERONICA
JANNETH GARCIA
IBARRA

Msc García Ibarra Verónica Janneth
PRESIDENTE

Firmado digitalmente por:
ROBERTH PATRICIO PÉREZ QUIROZ
Fecha y hora: 08.06.2021 18:57:52

Msc. Pérez Quiróz Roberth Patricio
TUTOR



Firmado electrónicamente por:
LUIS ENRIQUE
SANIPATIN
PONCE
Msc. Sanipatín Ponce Luis Enrique
LECTOR



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA
EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: Enríquez Carapaz Estefany Elizabeth

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0402089452

NIVEL/PARALELO: Titulación

PERIODO ACADÉMICO: Abril - Mayo 2021

TEMA DE INVESTIGACIÓN:

Oportunidades de negocio de la parroquia Julio Andrade del cantón Tulcán, provincia del Carchi"

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

PRESIDENTE: Msc García Ibarra Verónica Janneth

LECTOR: Msc. Sanipatín Ponce Luis Enrique

ASESOR: Msc. Pérez Quiróz Roberth Patricio

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: 09H30

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,65

2) Trabajo escrito 2,53

Nota final de PRE DEFENSA 8,18

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



Firmado electrónicamente por:
VERONICA
JANNETH GARCIA
IBARRA

Msc García Ibarra Verónica Janneth
PRESIDENTE

Firmado digitalmente por:
ROBERTH PATRICIO PÉREZ QUIROZ
Fecha y hora: 08.06.2021 18:58:12

Msc. Pérez Quiróz Roberth Patricio
TUTOR



Firmado electrónicamente por:
LUIS ENRIQUE
SANIPATIN
PONCE

Msc. Sanipatín Ponce Luis Enrique
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones



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

**ABSTRACT- EVALUATION
SHEET**

NAME: Collaguazo Collaguazo Nathaly Joselyn y Enríquez Carapaz Estefany Elizabeth

DATE: 10 de mayo de 2021

TOPIC: OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE LA PARROQUIA JULIO ANDRADE DEL CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI

MARKS AWARDED

QUANTITATIVE AND QUALITATIVE

VOCABULARY AND WORD USE	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	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
WRITING COHESION	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	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
ARGUMENT	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	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
CREATIVITY	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	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	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	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
TOTAL/AVERAGE	<p>9 - 10: EXCELLENT</p> <p>7 - 8,9: GOOD</p> <p>5 - 6,9: AVERAGE</p> <p>0 - 4,9: LIMITED</p> <p align="center">TOTAL 9</p>			



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Collaguazo Collaguazo Nathaly Joselyn y Enríquez Carapaz Estefany Elizabeth

Fecha de recepción del abstract: 10 de mayo de 2021

Fecha de entrega del informe: 11 de mayo 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