



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

LOS EMPRENDIMIENTOS Y LAS ESTRATEGIAS DE DESARROLLO
PRODUCTIVO DE CORPOAMBATO

TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCION DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA COMERCIAL

Autora:

Jenny Pamela Toro Cantuñi

Tutor:

Ing. Alexander Fernando Vinueza Jara PHD.

Riobamba, Ecuador, 2023

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, Jenny Pamela Toro Cantuñi, con C.I. 0604199794, soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados, y los derechos de Autoría pertenece a la Universidad Nacional de Chimborazo



Jenny Pamela Toro Catuñi

DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL

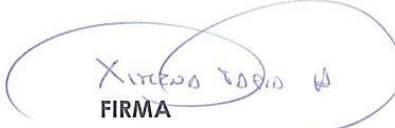
Quienes suscribimos, catedráticos designados Tutor y Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación: Los emprendimientos y las estrategias de desarrollo productivo en CORPOAMBATO, presentado por la Srta. Jenny Pamela Toro Cantuñi, con cedula de identidad numero 060419979-4, certificamos que recomendamos la APROBACION de este con fines de titulación. Previamente se ha asesorado durante el desarrollo, revisado y evaluado el trabajo de investigación y escuchado la sustentación por parte de su autor, o teniendo más nada que observar.

Mgs. Martha Lucia Romero Flores
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



FIRMA

Mgs. Ligia Ximena Tapia Hermida
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



FIRMA

Mgs. Cintya Lisbeth Tello Núñez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



FIRMA

Mgs. Alexander Fernando Vinuesa Jara
TUTOR

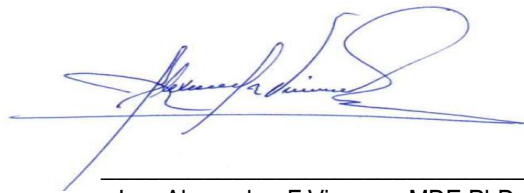


FIRMA

CERTIFICACIÓN

Que, **Toro Cantuñi Jenny Pamela** , con CC: 0604199794 , estudiante de la Carrera de Ingeniería Comercial , Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **“LOS EMPRENDIMIENTOS Y LAS ESTRATEGIAS DE DESARROLLO PRODUCTIVO DE CORPOAMBATO ”** que corresponde al dominio científico **ADMINISTRACIÓN**, alineado a la línea de investigación **CIENCIAS SOCIALES Y DEL COMPORTAMIENTO**, cumple con el 2 % reportado en el sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 24 de Julio de 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Alexander F. Vinuesa', is written over a horizontal line.

Ing. Alexander F Vinuesa MDE PhD.
TUTOR

DEDICATORIA

Los sueños se hacen realidad con esfuerzo y dedicación, siendo la fuerza que nos impulsa para alcanzar nuestras metas más anheladas y hoy celebro haber cumplido uno de los míos. Por ello, dedico este esfuerzo a los seres que creyeron en que podía llegar.

- A mi amada madre Olga Cantuñi, fuente de inspiración y apoyo incondicional, agradezco su amor, paciencia y comprensión, durante este arduo camino académico
- A mis adorables hijos Raphaela, Gabriel y Samantha, quienes me han motivado a alcanzar mis metas, este triunfo es un tributo a su amor y sacrificio que juntos hemos luchado. Gracias por ser mi mayor motivación.

Jenny Pamela Toro Cantuñi

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todos aquellos que me apoyaron y acompañaron durante este largo trayecto de mi carrera:

- A Dios, por darme la oportunidad de llegar a mi meta y por haberme dado la fuerza y sabiduría para superar los obstáculos en el camino.
- A la Universidad Nacional de Chimborazo, quiero expresar mi profundo agradecimiento, por brindarme la oportunidad de adquirir conocimientos y crecer académicamente.
- Agradezco especialmente al personal docente por su dedicación y compromiso en transmitir sabiduría y guiarme en este proceso.
- Un agradecimiento de manera especial a mi tutor Ing. Alexander Vinueza por su guía constante, paciencia y valiosos consejos durante el desarrollo de la tesis, su apoyo ha sido fundamental para alcanzar este logro. Gracias

Jenny Pamela Toro Cantuñi

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTORIA.....	
DICTAMEN	
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO.....	
RESUMEN.....	
ABSTRACT.....	
INTRODUCCIÓN.....	14
CAPITULO I.....	18
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
1.1. Situación problemática.....	18
1.2. Formulación del problema	19
1.3. Justificación.....	19
1.4. Objetivos	20
1.4.1. Objetivo general.....	20
1.4.2. Objetivos específicos	20
1.5. Variables.....	20
1.6. Hipótesis.....	21
CAPÍTULO II.....	22
MARCO TEÓRICO	22
2.1. Generalidades del emprendimiento	22
2.1.1. El emprendedor.....	23
2.1.2. Estructura del emprendimiento.....	23
2.1.3. Tipos de emprendimientos.	26
2.2. Conceptualización de las estrategias para el desarrollo productivo	27

2.2.1. Importancia de las estrategias.....	28
2.2.2. Tipos de estrategias.	28
2.2.3. Estrategia de descremado.	30
2.2.4. Estrategia de marketing funcional	31
2.2.5. Estrategias de Branding posicionamiento de marca.	31
2.2.6. Estrategias de segmentación de mercado.	32
2.2.7. Estrategias de marketing digital	32
2.2.8. Estrategias de precio para nuevos productos	33
2.2.9. Estrategias de desarrollo de nuevas líneas de producto.....	33
2.2.10. Estrategias en función de la estacionalidad.	34
2.3. Desarrollo productivo	34
2.3.1 Importancia del desarrollo productivo.....	35
2.3.2 Beneficios del desarrollo productivo.....	35
2.4. Reseña histórica de CORPOAMBATO	36
CAPÍTULO III	38
MARCO METODOLÓGICO	38
3.1. Métodos de la investigación	38
3.1.1. Pasos del método hipotético deductivo	38
3.2. Diseño de la investigación.....	39
3.3. Tipo de investigación	39
3.4. Población y muestra	40
3.4.1. Población	40
3.4.2. Muestra	41
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	41
3.5.1. Técnicas de recolección de datos.....	41

3.6. Procesamiento y análisis de la información	42
CAPITULO IV	43
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	43
4.1. Análisis de la entrevista.....	44
4.2. Análisis de la encuesta.....	47
4.3. Comprobación de la hipótesis	58
4.3.1. Hipótesis de la investigación	58
4.3.2. Cálculo de Chi Cuadrado.....	59
4.3.3. Nivel de confianza	60
4.3.4. Prueba de Chi Cuadrado	60
4.3.5. Comprobación de la hipótesis	62
CAPÍTULO V	63
PROPUESTA	63
CONCLUSIONES.....	74
RECOMENDACIONES	76
BIBLIOGRAFÍA	77
ANEXOS	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Estrategias de descremado.....	30
Tabla 2	Detalle de la población	40
Tabla 3	Género	47
Tabla 4	Rango de edad	48
Tabla 5	Definición de emprendimiento	49
Tabla 6	Ubicación del emprendimiento según área de desarrollo productivo.....	50
Tabla 7	Relación entre el emprendimiento y el desarrollo productivo.....	51
Tabla 8	Factores con el cual se relaciona el emprendimiento	52
Tabla 9	Apoyo de CORPOAMBATO al emprendimiento.....	53
Tabla 10	Oportunidad de desarrollo productivo a través de CORPOAMBATO ..	54
Tabla 11	Estrategias de emprendimiento en CORPOAMBATO	55
Tabla 12	Factores que afectan el emprendimiento	56
Tabla 13	Diseño de un plan de negocios en CORPOAMBATO.....	57
Tabla 14	Frecuencias establecidas.....	59
Tabla 15	Frecuencias observadas	59
Tabla 16	Frecuencias esperadas.....	59
Tabla 17	Prueba de Chi Cuadrado para la muestra.....	60
Tabla 18	Prueba del Estadístico.....	61
Tabla 19	Objetivos estratégicos para CORPOAMBATO	69
Tabla 20	Estrategias para los procesos internos	70
Tabla 21	Estrategias para los clientes.....	71
Tabla 22	Estrategias de innovación	72
Tabla 23	Estrategias financieras	73
Tabla 24	Operacionalización de variables	87
Tabla 25	Matriz de Consistencia	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Estructura del emprendimiento	24
Figura 2	Triángulo de las 3C de Ohmae.....	27
Figura 3	Ubicación geográfica de CORPOAMBATO.....	37
Figura 4	Género.....	47
Figura 5	Rango de edad.....	48
Figura 6	Definición de emprendimiento.....	49
Figura 7	Ubicación del emprendimiento según área de desarrollo productivo	50
Figura 8	Relación entre el emprendimiento y el desarrollo productivo	52
Figura 9	Factores con el cual se relaciona el emprendimiento.....	53
Figura 10	Apoyo de CORPOAMBATO al emprendimiento	54
Figura 11	Oportunidad de desarrollo productivo a través de CORPOAMBATO .	55
Figura 12	Estrategias de emprendimiento en CORPOAMBATO.....	56
Figura 13	Factores que afectan el emprendimiento.....	57
Figura 14	Diseño de un plan de negocios en CORPOAMBATO	58
Figura 15	Comprobación de Hipótesis	62
Figura 16	Misión de CORPOAMBATO.....	66
Figura 17	Visión de CORPOAMBATO	66
Figura 18	Valores de CORPOAMBATO.....	67
Figura 19	Matriz FODA - CORPOAMBATO	68
Figura 20	Estrategias de mejoramiento del desarrollo productivo para CORPOAMBATO.....	74

RESUMEN

El mundo globalizado en el que se vive actualmente, tiene a las personas dedicadas en fomentar y promover la creación de nuevos emprendimientos, como una perspectiva productiva, vinculada a las oportunidades sustentables a nivel empresarial y orientado a apoyar la actividad económica con una visión innovadora dentro del mercado laboral. Desde esta premisa, se estableció como objetivo determinar los emprendimientos y las estrategias utilizadas para el desarrollo productivo de CORPOAMBATO. En este sentido, siguiendo la importancia del conocimiento científico, se aplicó una metodología bajo el método hipotético – deductivo, con un diseño no experimental, de tipo descriptivo. Para conocer la situación actual, se aplicó una entrevista a directivos, jefes y colaboradores de la corporación y mediante la encuesta se abordó a cien emprendedores con participación en la institución. Sobre los hallazgos alcanzados en la recopilación de información, se diagnosticó que se requiere de mejores estrategias y orientación a los emprendedores para el crecimiento productivo, generación de ingresos, empleo y competitividad en el mercado. Por tanto, se concluye que los emprendimientos influyen en las estrategias de desarrollo productivo de CORPOAMBATO. En consecuencia, se recomienda considerar las estrategias de negocios propuestas, que le permitan un mejoramiento productivo, en beneficio de la corporación, los emprendedores, el Estado y la sociedad.

Palabras claves: Desarrollo Productivo, emprendedor, emprendimiento, estrategias, CORPOAMBATO

Abstract

The globalized world in which we currently live has people dedicated to fostering and promoting the creation of new ventures as a productive perspective, linked to sustainable opportunities at the business level and aimed at supporting economic activity with an innovative vision within the labor market. From this premise, the objective aimed to determine the enterprises and the strategies used for the productive development of CORPOAMBATO. Following the importance of scientific knowledge, a hypothetical-deductive method with a non-experimental, descriptive design was applied. The corporation's managers, heads, and collaborators were interviewed to determine the current situation. One hundred entrepreneurs with participation in the institution were approached through the survey. Regarding the findings achieved in the information collection, it was diagnosed that better strategies and orientation for entrepreneurs are required for productive growth, income generation, employment, and competitiveness in the market. Therefore, it is concluded that the enterprises influence the productive development strategies of CORPOAMBATO. Consequently, it is recommended to consider the proposed business strategies, which permit a productive improvement for the benefit of the corporation, entrepreneurs, the State, and society.

***Keywords:** Productive Development, entrepreneur, entrepreneurship, strategies, CORPOAMBATO*



Firmado electrónicamente por:
JESSICA MARIA
GUARANGA LEMA

Reviewed by:

Mgs. Jessica María Guaranga Lema

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0606012607

INTRODUCCIÓN

La capacidad por la innovación organizacional implica una gestión eficaz sobre los elementos claves del éxito, bajo esta premisa las universidades a nivel mundial, deben fomentar en sus egresados las características necesarias para que puedan generar un empleo propio, logrando una integración entre universidad, empresas y Estado, con el propósito de alcanzar una cohesión con el ecosistema, donde se puedan identificar las fortalezas y necesidades del sector productivo. Ante esta perspectiva, Rincón et al. (2022) destacan que a inicios de los años 90, la preocupación ambiental latente estaba vinculada a oportunidades sustentables a nivel empresarial. El mundo globalizado en el que se vive hoy día, tiene a las personas dedicada a promover y fomentar la creación de emprendimientos como una unidad productiva, de aquí radica la importancia e interés de todos los continentes por orientar y apoyar a los emprendedores en las distintas ramas de la actividad económica.

En este sentido, las universidades incentivan la práctica y los conocimientos para quienes puedan ofertar sus productos o servicios en el ámbito local, regional, nacional e internacional del emprendimiento. Aunado a esto, promueve aquellos procesos que se encuentran inherentes a lo innovador, vinculando el impacto macroeconómico, donde la fuerza laboral está creciendo cada día a un ritmo acelerado, comparado con el crecimiento económico a nivel mundial. Por ello, resulta insostenible ofrecer empleos, a toda una población y más aún en los casos de aquellos países del tercer mundo.

La actitud que se adopta para el emprendimiento en el sector empresarial, está vinculado a diversos factores, entre los que destaca la educación, inclinación por la innovación y la sociedad. En este contexto, América Latina, hace frente al desafío por ser parte de algunos procesos que están dirigidos a los cambios referentes al emprendimiento, a fin de acentuar una dilatada estructura organizacional. Actualmente, muchos países de Latinoamérica, se están enfocando a incrementar las inversiones tanto en investigación, como en desarrollo, donde el emprendimiento se muestra como una base estructurada en lo científico y tecnológico dentro del comercio internacional, con una visión crítica e innovadora dentro del mercado laboral.

En los países que constituyen a América Latina, se han sobrevenido un conjunto de transformaciones económicas, políticas y sociales, vinculadas al desajuste y quiebre

estructural del comportamiento y sostenimiento económico. Puntualizando en este ámbito la relación del emprendimiento con la innovación, crecimiento económico y desarrollo productivo, tal es el caso de Ecuador, país referente del estudio. A este respecto, según reporte de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2020) se dio a conocer que en el Ecuador para el 2020 un 78% de la población adulta se considera con habilidades y aptitudes para emprender; mientras que el 35,8% menos que el promedio, tiene miedo al fracaso.

En Ecuador la mayor parte de su población tiene altas expectativas para emprender, donde uno de los indicadores relevante es la Tasa de Actividad Temprana (TEA) la cual está incluyendo a todas las personas, pero en su mayoría duran un periodo no mayor de 42 meses incrementándose en 36,2% para el 2020. La TEA en el 2020 superó con respecto al 2019, ya que se posicionó sobre el 29,6% existiendo más emprendedores, tanto nacientes como negocio en marcha.

A tales efectos, en aras de no seguir disminuyendo las cifras que conllevan al fracaso empresarial, los emprendedores están recurriendo a organismos que le brinden orientación. Tal es el caso de CORPOAMBATO, que funcionan con la finalidad de ofrecer un mejor asesoramiento, ayudando a las empresas a formar alianzas estratégicas con el sector tanto público como privado, siendo el comercio el principal emprendimiento en el país (Ecuador, 2019). Según Thorsten (2022) en el 2022 se realizaron encuesta a 150 dueños de negocios y seis expertos, los cuales 37 de ellos mencionaron que tuvieron que cerrar sus negocios durante la crisis económica que se originó en 2020 a causa del COVID-19, gran parte de los participantes representaron a los pymes de diferentes sectores de la economía, quienes sufrieron el colapso del sistema económico.

Desde este contexto, se propone la investigación con el objetivo de analizar la temática sobre los emprendimientos y las estrategias de desarrollo productivo. Por cuanto son dos variables que están relacionadas y conllevan hacia el asesoramiento a los emprendedores, a fin de que la orientación que se pretende sea la más acertada posible, que garantice su estabilidad a largo plazo con las estrategias más convenientes. El objetivo de los emprendimientos es que lleguen a establecerse, generando políticas para lograr las metas planteadas e incluso posicionarse en el mercado competitivo.

El estudio se enfocará en la innovación de los emprendimientos que se llevan a cabo en CORPOAMBATO, con el propósito de estructurar adecuadamente las estrategias para el

desarrollo productivo, conociendo que en estos últimos tiempos se ha creado nuevos productos para la comercialización (Almodovar, 2018). En este sentido, como característica principal de los emprendimientos, cabe destacar que los emprendedores no cuentan con un proceso estructurado adecuado para los distintos requerimientos.

Por lo tanto, la idea por crear una empresa no logra establecerse y por ende, no forman parte del desarrollo productivo, ya que se van desapareciendo porque no cuentan con el crecimiento esperado y en un corto plazo han fracasado. A este respecto, al tener un asesoramiento se reduce el riesgo de los fracasos, por la facilidad en la orientación y las distintas maneras de participación en las diferentes estrategias, brindando oportunidades a las grandes ideas de negocios (Fabriccio, 2018).

Del mismo modo, la observación ha permitido determinar que el entorno está afectado de manera global por la falta de empleo perjudicando la economía y generando inconvenientes políticos, económicos y sociales. Asimismo, esto ha ocasionado pérdidas millonarias, por el cierre de varias empresas, por lo que es necesario analizar las mejores estrategias que permitan determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se encuentran interna y externamente, sobre el emprendimiento que se va a realizar para que su productividad tenga un adecuado desempeño.

Para la realización del presente proyecto de investigación, se cuenta con todos los permisos correspondientes por parte de la directora de CORPOAMBATO, quien en visita guiada ofreció cooperar y brindar toda información requerida, que será de utilidad para la recopilación de datos mediante documentos e instrumentos de recolección de información, a fin de conocer la ayuda que proporciona a los emprendedores. La institución permitirá conocer los emprendimientos y las estrategias de desarrollo productivo en la ciudad de Ambato durante los últimos años. Promoviendo la importancia de la utilización de estrategias para poder cumplir con las metas establecidas y así determinar planes de contingencia, ya que puede ocurrir cualquier imprevisto en un periodo de tiempo inesperado.

En consecuencia, se determinarán los motivos que impiden el emprendimiento, el déficit por la baja productividad, la existencia de la sobredemanda de productos o servicios, considerados como problemas, y sobre los cuales se deben dar solución, para optimizar tiempo y recursos a fin de mejorar la eficiencia y eficacia en el desarrollo de las actividades productivas, en concordancia con la fundamentación teórica y metodológica.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

La nueva formación de los emprendimientos, así como mejores ideas de negocios en el mercado, da lugar al desarrollo productivo y económico en la Zona 3 del Ecuador. Por lo tanto, está determinando una importante contribución por parte del gobierno al desarrollo productivo generando efectos positivos, dirigido al alcance de alternativas sobre sostenibilidad empresarial, ya sea en la creación de nuevos productos o servicios o la innovación del mismo, para satisfacer las necesidades del consumidor. Incluso al posicionar dentro del mercado el emprendimiento, se está iniciando un riesgo de aceptabilidad por cuanto se debe contar con una amplia creatividad, confianza, responsabilidad, y pasión en lo que está efectuando (Alcaraz, 2019).

La base del problema de la investigación surge a raíz de la crisis provocada por el COVID -19, tanto en la economía, como en la salud de la población, desencadenado en un problema mundial, afectando a Ecuador desde el mes de marzo de 2020, fecha en que impuso medidas estrictas como la cuarentena, es decir, distanciamiento social, con la finalidad de evitar la propagación del virus. Las consecuencias de la pandemia originaron, a su vez, un impacto negativo en lo que concierne al comercio, donde las tasas de empleo decayeron, incluso hubo cierres de negocio por falta de dinero. Según el Instituto de Censo el 68,71% de la población, tenían trabajos dignos, mientras que el restante estaba en un subempleo y desempleo.

Según Xavier Ordeñana decano de ESPAE, indica que la situación del país es complicada, ya que la recuperación de la economía se alcanzara en un aproximado de siete años, por cuanto este tiempo se cree habrá personas que busquen emprender por necesidad. En este sentido, ante la crisis que CORPOAMBATO inicio al difundir mediante las redes sociales, ayudan a las personas emprendedoras a estructurar adecuadamente las estrategias que se pueden utilizar para impulsar sus ideas, a fin de que sean ejecutadas sobre nuevos e innovadores emprendimientos (Bastidas, 2020).

Asimismo, durante la crisis vivida, existió un 65% de pérdida de empleos y lo más cercano a un empleo, donde las personas se vieron en la necesidad de emprender e incluso

hubo un acelerado incremento en la estrategia de marketing digital, para promocionar los productos y servicios. Antes de la crisis, el comercio electrónico oscilaba en menos de \$80 millones en ventas mediante este segmento, pero en la actualidad son alrededor de \$500 millones representado el 2% del Producto Interno Bruto (Castro, 2021).

Bajo este contexto, se aprecia que es difícil el surgimiento de los emprendimientos, de acuerdo con la Escuela de Negocios de la ESPOL, ya que, durante el 2019, 3.6 millones de ecuatorianos están emprendiendo por necesidad y por oportunidad. Por ende, es necesario explorar cual ha sido el impacto del COVID-19, en las nuevas oportunidades de negocio productivo, con el enfoque que se encuentran participando en Corpoambato (Lassio, 2020).

1.2. Formulación del problema

¿Cómo los emprendimientos influyen en las estrategias de desarrollo productivo en Corpoambato?

1.3. Justificación

Actualmente, los emprendimientos han captado la atención de todos los sectores económicos a nivel mundial, debido a la elevada tasa de desempleo, obligando a las personas a replantearse una estabilidad, independencia y calidad de vida, mediante la innovación de nuevos proyectos. Desde esta perspectiva, se plantea la importancia de la investigación, con el objetivo de determinar los emprendimientos y estrategias utilizadas para el desarrollo productivo, siendo una herramienta eficaz para impulsar la economía en las empresas de cualquier característica, incluyendo las que adoptan esquemas de cooperación para fomentar y fortalecer el emprendimiento empresarial dentro de la cadena productiva. Tal es el caso de la Corporación de Desarrollo de Ambato (CORPOAMBATO), que coadyuva en la búsqueda de recursos, como una contribución económica de la localidad,

Sobre las bases teóricas, se analizaron estudios previos realizados por otros investigadores especialistas en el tema que se aborda y que de alguna forma sus descubrimientos son una herramienta útil para el desarrollo del proyecto. Del mismo modo, se identifican aquellos elementos relacionados con los emprendimientos y estrategias de negocio, a su vez sus fundamentos permiten hacer comparaciones sobre la problemática presentada en CORPOAMBATO. No obstante, a través de las fuentes teóricas, se determinaron los mecanismos que conducen hacia un adecuado plan de negocios, permitiendo en primer plano la identificación de las causas y efectos que lo originan.

Posteriormente, presentar las estrategias como ventaja competitiva en beneficio no sólo para la corporación, sino también para los emprendedores y la población de la región cantonal.

En cuanto al ámbito metodológico, se diseñó un estudio sobre el emprendimiento y las estrategias para el desarrollo productivo en CORPOAMBATO, considerando su comportamiento con el entorno, tanto interno, como externo, con la finalidad de señalar que el plan de negocios es una herramienta de gran utilidad para la reestructuración de las empresas, permitiendo una adecuada toma de decisiones. Partiendo de esta perspectiva, se determinó el enfoque de la investigación, tipo, nivel, diseño, técnicas e instrumentos, recabando información física y documental, esencial para el desarrollo de la propuesta, garantizando resultados confiables, confidenciales, claros, relevantes, formales y eficaces.

Asimismo, la investigación toma una importancia a nivel práctico, la cual se justifica al aplicar los conocimientos, hábitos y experiencias académicas, identificando las múltiples necesidades que se presentan para el desarrollo de la problemática encontrada en la localidad; determinando los emprendimientos y estrategias utilizadas para el desarrollo productivo de CORPOAMBATO. De este modo, el estudio que se propone, sirve como una herramienta para el fortalecimiento de los conocimientos adquiridos durante el estudio, caracterizando prioridades permiten el progreso dirigido a los cambios en el mundo empresarial.

1.4. Objetivos

1.4.1. *Objetivo general*

Determinar cómo los emprendimientos influyen en las estrategias utilizadas para el desarrollo productivo de CORPOAMBATO

1.4.2. *Objetivos específicos*

- Diagnosticar el estado actual de los diferentes emprendimientos y las estrategias de desarrollo productivo en CORPOAMABATO.
- Validar las diferentes estrategias que se utilizan para los emprendimientos en CORPOAMBATO
- Proponer estrategias de negocios que permitan el mejoramiento productivo en CORPOAMBATO

1.5. Variables

- **Variable Independiente:** emprendimiento

- **Variable dependiente:** estrategias de desarrollo productivo

1.6. Hipótesis

- **Hipótesis alternativa:** Los emprendimientos influyen en las estrategias de desarrollo productivo de CORPOAMBATO
- **Hipótesis nula:** Los emprendimientos no influyen en las estrategias de desarrollo productivo de CORPOAMBATO

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Generalidades del emprendimiento

En la actualidad, el emprendimiento enfrenta una variedad de desafíos sobre las actividades del sector empresarial, entre las que destacan: limitación de créditos, leyes en materia tributaria, acceso limitado a las instituciones financieras formales y poco apoyo a las empresas, correspondiendo al gobierno hacer frente a estas problemáticas de tipo social. Por tanto, los emprendimientos se posicionan como un desafío al no contar con políticas definidas, aun cuando siempre se ha hecho presente en la historia, se impone ante las distintas necesidades por superar los crecientes y constantes problemas económicos (Carvajal & Quiroz, 2021).

Según lo expresa Marulanda y Montoya (2019) un emprendimiento se caracteriza como la idealización para la creación de un negocio, que se origina desde los enfoques de las pymes que son las pequeñas y medianas empresas. Se convierte en un privilegio que puede abrir nuevas ideas tanto creativas, como innovadoras para el producto o servicio, ya que tienen diversos puntos de vista a nivel comercial. Sin embargo, no se puede utilizar el término como empresa estructurada, se dice que un emprendimiento pertenece a las pymes, puesto que se dedica a una actividad económica, independientemente de sus factores como el número de trabajadores, así como aquellas empresas familiares, dedicadas a las artesanías, ventas de productos alimenticios, vestimenta, belleza entre otras actividades, que están ingresando al mercado.

El emprendimiento se encuentra estrechamente vinculado al desarrollo económico y productivo, fundamentado en el sentido común, intuición y observación, convertido en una fuente de cambios e innovación, inducido hacia la competitividad y productividad. A este respecto, Sornoza et al. (2018) enfatizan que está relacionado a factores como el conocimiento y la flexibilidad, presentado como una fuente competitiva dentro de una economía intrínsecamente globalizada. Por ende, la transformación y competencia tecnológica recobran gran auge, fomentando la potencialidad de las capacidades del emprendedor.

2.1.1. El emprendedor

Los diferentes cambios a nivel global tanto en el ámbito social como económico, han venido develando la vulnerabilidad de los múltiples sistemas que conforman la economía, conllevando a generar crisis en la fuente de empleo y salarios. En este sentido, es fundamental la búsqueda de opciones que permitan estabilizar la productividad económica, tal es el caso del emprendimiento, siendo hoy día una estrategia de gran importancia y más aún, si presenta un sentido innovador, generando la aparición del emprendedor (Tapia et al. (2020).

Según Camino (2018) el emprendedor está considerado como un empresario, que puede tener éxito o fracaso a la apertura de un negocio sin ser legalizado, en la cual se indaga las necesidades que se deben cubrir a los consumidores, de acuerdo con los productos que permitan satisfacer sus necesidades. Por tanto, es un comerciante que compra productos a cierto precio y lo vende a otro valor.

El emprendedor debe tener claro los objetivos del negocio que piensa poner en marcha, con una comunicación clara, concisa que pueda llegar al cliente, sus empleados y proveedores, esto llevaría a una ventaja que lo podría fortalecer con estrategias para obtener la fidelización de los cliente y ser más productivos. Para Marulanda (2019) el emprendedor se caracteriza partiendo de la perspectiva del comportamiento, psicología y economía y se definen como sigue:

- **Enfoque desde el comportamiento:** Se encarga de desarrollar iniciativas, siendo capaz de asumir riesgos inmersos en procesos, organizando elementos de tipos sociales y económicos, transformándolos en escenarios y recursos pragmáticos.
- **Enfoques desde lo económico:** Es aquel que transforma y optimiza tanto los recursos como los materiales de trabajo, con el propósito de incrementar el valor económico, desarrollando procesos innovadores, con nuevas estructuras a nivel financiero y social.
- **Enfoques psicológicos:** Es aquel que toma en cuenta la motivación como factor para el alcance de los objetivos, adquiriendo experiencias y logrando independencias.

2.1.2. Estructura del emprendimiento

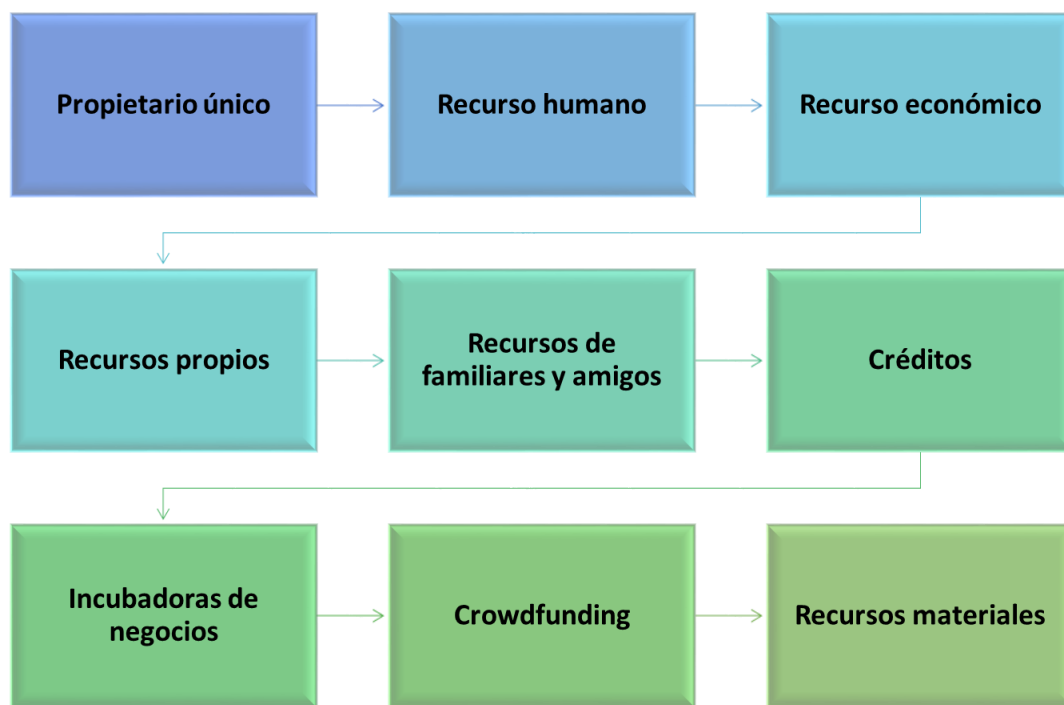
El emprendedor debe considerar diferentes etapas para el crecimiento y éxito del negocio como la planeación y organización, a fin de establecer una estructura adecuada que permita tener el control del mismo. Por tanto, la estructura de un emprendimiento, se va

determinando en la medida que la organización sea verdaderamente competitiva, según el ciclo que se inicia durante el proceso, ya que está condicionado por dos variables fundamentales como son: las ventas y el beneficio, iniciando desde la introducción del producto. En su segunda fase enfoca el crecimiento, madurez y el declive donde se puede reconocer el éxito o fracaso del producto, para desaparecer o permanecer en el mercado, de esta manera ser productivo para la economía (Intriago & Sánchez, 2019).

La cultura emprendedora es inclusiva y abierta a todo el público, donde la interacción es fundamental entre el emprendedor con la sociedad, por cuanto la comunicación facilita la generación de ideas y renovación a través de la creatividad, para encontrar las mejores alternativas de comercialización. En este sentido, Tapia et al. (2020) establece la siguiente estructura del emprendimiento, tal como se muestra en la figura 1.

Figura 1

Estructura del emprendimiento



Nota. Adaptado de Tapia (2020)

- **Propietario único:** Está involucrando a una sola persona encargada de operar a la empresa, ya que tiene la intención de trabajar solo, considerada como una estructura válida. Asimismo, se debe seleccionar la estructura comercial, por cuanto, la propiedad es única, dando la responsabilidad del funcionamiento de la empresa a la

persona que la creo, puesto que debe tener la noción básica sobre los activos, así como de las cuentas que posean un buen manejo y las que pueden irse al fracaso.

- **Recursos:** Para el inicio de los emprendimientos o reestructuración de un negocio, lo más importante es conocer los recursos que se necesitan para llevar a cabo la operatividad, siendo los más destacados: recurso humano, económico, propios, de familiares y amigos, entre otros.
- **Recurso humano:** Son aquellos integrantes que ayudaran a la constitución del negocio, es fundamental en el funcionamiento del emprendimiento, se considera lo que aporta cada miembro tales como los vendedores, proveedores, acreedores; en el caso que sea un emprendimiento acerca de tecnología, se requiere de un especialista en la materia.
- **Recurso económico:** Hace referencia a la inversión necesaria y requerida para iniciar con el proceso y operatividad del negocio, considerando recursos propios, así como de familiares y socios, créditos a terceros, entre otros.
- **Recursos propios:** Son aquellos recursos individuales, propios del emprendedor y que ha obtenido mediante un plan de ahorros, contribuyendo con un porcentaje para el emprendimiento.
- **Recursos de familiares y socios:** Se refiere al incentivo a la familia sobre la idea a desarrollarse dentro de un plan de emprendimiento, con la finalidad obtener el apoyo económico para el funcionamiento, ajustado al desarrollo de crecimiento del nuevo negocio.
- **Créditos:** Se puede obtener mediante una institución financiera, a fin de encontrar el fondo suficiente o un crédito personal.
- **Incubadoras de negocios y aceleradoras:** Son aquellas empresas que ofrecen un lugar para la consolidación de la idea y ponerla en marcha entre ellas se encuentran: las privadas, universitarias y gubernamentales.
- **Crowdfunding:** Se realiza mediante la recaudación de fondos por plataformas como es: Gofundme, Kickstarter e Indiegogo, sobre esta estructura se presenta la idea y se atraen posibles inversionistas.

- **Recursos materiales:** Son todos los recursos que se ponen a disposición del negocio, en la cual se toma en cuenta los factores como materia prima, costos, infraestructura, transporte, entre otros.

2.1.3. Tipos de emprendimientos.

El conocimiento científico relaciona el emprendimiento con elevados beneficios a nivel económico, asumiendo que la estructura emprendedora es necesaria y positiva, al centrarse en la promoción, como clave del crecimiento y desempeño económico (Almodovar, 2018). Hoy día existen diferentes tipos de emprendimientos, pero todos con un objetivo en común, como el de crear soluciones eficientes e innovadoras para la solución de problemas.

- **Según el tamaño del negocio**

Los pequeños negocios, están implicando un riesgo de no ser aceptados por la sociedad, ya que está considerando diferentes aspectos:

- **Emprendimientos pequeños.** Son negocios de pequeña que lo lleva una persona o más con el objeto de la comercialización de un producto o servicio, puesto que las ganancias se utilizar para cubrir el negocio e incluso para mantener el coste de vida del emprendedor.
- **Emprendimientos escalables.** Son negocios que siguen ampliando en el mercado, pero sin ponerle dedicación para la mejora de su producto puesto que este tipo de emprendimientos son de ámbito tecnológico y digital.

- **Según el grado de innovación**

- **Emprendimiento espejo.** Es la imitación de producción de un mismo bien o servicio ya existente en el mercado, así como aquellos que poseen franquicias de negocios ya existentes, entre ellos: KFC, KIA.
- **Emprendimientos por necesidad.** Es cuando el emprendedor está buscando un cambio en su vida, o como una nueva forma de generar ingresos económicos, se da por la necesidad del emprendedor más no por necesidad del mercado.
- **Emprendimiento por oportunidad.** Surge por la demanda del producto o servicio en el mercado.

- **Según en el ámbito que se desarrollan**
 - **Emprendimientos sociales.** Son los que van innovando en el mercado, siendo rentables para sus objetivos, pero también tienen un impacto positivo en el medio social y ambiental.
 - **Emprendimientos digitales.** Son los negocios que utilizan íntegramente el internet, ya que la producción y comercialización es netamente digital.

2.2. Conceptualización de las estrategias para el desarrollo productivo

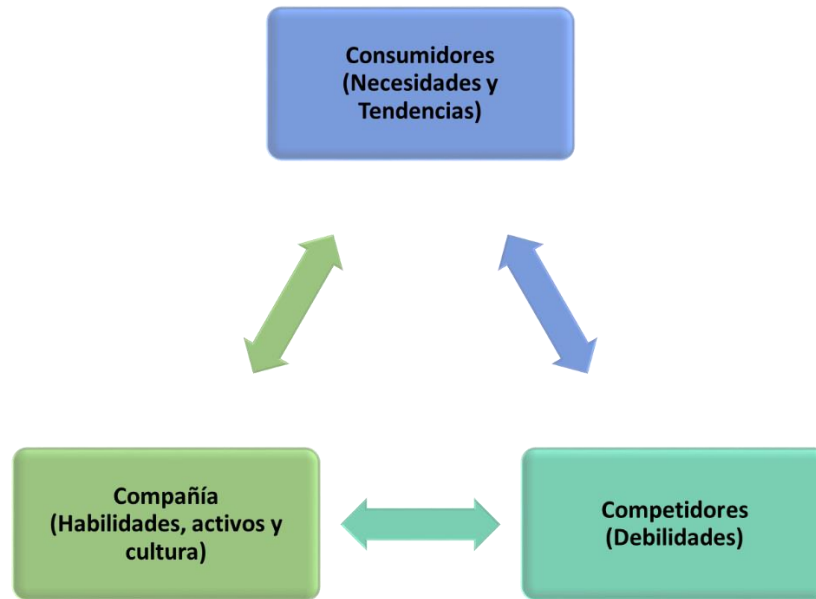
Las estrategias están caracterizadas como procedimientos dispuestos para tomar decisiones y accionar ante determinados escenarios, que buscan el alcance de objetivos y metas empresariales. Del mismo modo, permite anticipar la conducta de los competidores, determinando acciones y organización de recursos para ejecutar los planes, se deben formular de acuerdo con el ambiente tanto interno, como externo en lo que compita la empresa (Slusarczyk & Morales, 2017).

Serrano et al. (2019) definen la estrategia como la forma de cómo una empresa puede competir, cuáles deben ser los objetivos, así como las políticas necesarias para ejecutar los objetivos. Por su parte, Rodríguez et al. (2020) considera que un estratega tiene que ser una persona que rompa paradigmas, capaz de reinventar en diferentes sectores, a fin de alcanzar mayor rentabilidad, por ello, considera a la estrategia como un proceso, innovación y descubrimiento continuo.

En otro contexto, Ramírez et al. (2021) menciona el triángulo estratégico de Kenichi Ohmae, un estratega japonés de gran trayectoria, quien recomienda el uso de lluvia de ideas y encuestas de opiniones, con la finalidad de descubrir factores sobre los cuales las empresas pueden estar en desventaja ante los competidores. Además, enfatizó que una estrategia empresarial exitosa no proviene de análisis rigurosos, sino de procesos de pensamientos fundamentalmente intuitivos y creativos, más que racional (ver figura 2).

Figura 2

Triángulo de las 3C de Ohmae



Nota. Adaptado de Ramírez et al. (2021)

2.2.1. Importancia de las estrategias.

Las estrategias son una herramienta de dirección, que permiten satisfacer las necesidades del público a quien está dirigido, en su conjunto está relacionando entre el medio interno y externo. Además, vincula objetivos y políticas para lograr los planes, ya que dan respuestas eficientes para cubrir las necesidades de las demandas del producto o servicio. Aunado a esto, se consolida con los diferentes mecanismos que participan con la gestión, mediante la promoción, en el marco legal que asegure el desarrollo empresarial que interviene para un mejor funcionamiento dando lugar a nuevos proyectos (Slusarczyk & Morales, 2017).

Es de gran importancia la implementación de las estrategias, ya que gracias a ellas se pueden optimizar tanto tiempo, como recursos. También está facilitando la medición de los resultados y de las tácticas utilizadas, permitiendo conocer el desempeño de las organizaciones. De esta manera, se guiará para conocer si se encuentra en el funcionamiento correcto, a fin de proporcionar información requerida para identificar donde se encuentran los fallos que requieren ser convertidos en ventajas competitivas.

2.2.2. Tipos de estrategias.

Según Bustamante (2018) existen diferentes tipos de estrategias las más relevantes se combinan e integran para llegar a los objetivos entre las que destacan:

- **Estrategias de concentración del producto.** Se trata en un solo negocio determinado, busca ser líder en dicho segmento logrando tener éxito en la aplicación, puesto que llegara a alcanzar una ventaja competitiva ante los diferentes competidores. La aplicación de esta estrategia es de utilidad, por cuanto va a permitir conocer más a sus competidores, con el propósito de que sus productos se establezcan en el mercado.
- **Estrategias de penetración del producto.** Se desarrolla mediante tácticas para vender los productos o servicios a un segmento en particular. Por ello, el comercio digital se beneficiará de la estrategia de penetración, sin embargo, logra ampliar su participación en el mercado, lo cual es favorable para la empresa permitiendo aumentar sus ventas y conquistar a gran cantidad de consumidores, que compran productos a su competencia. Por tanto, son estrategias de crecimiento que buscan incrementar las ventas en los productos que tiene la empresa, expandiéndolos a través del marketing, la publicidad y la marca, con la finalidad de llegar a más consumidores, garantizando su fidelización y que forman parte del público objetivo de la organización.

Sobre esta perspectiva, existen diferentes formas de abordar las tácticas de penetración, para el alcance del éxito dentro del mercado, entre las que destacan:

- *Que el cliente adquiera más productos:* es una estrategia que permitirá alcanzar el crecimiento esperado al incrementar las ventas de productos existentes, al segmento de clientes actuales. Es una de las herramientas más empleadas por cuanto implica un menor riesgo, pero se debe hacer uso de las campañas publicitarias, promoción y comunicación.
- *Atraer a los clientes que se encuentran en la competencia:* Radica en ofrecer los productos y servicios a un precio más accesible que los ofrecidos por la competencia, tiene gran funcionalidad cuando el cliente es sensible a los precios bajos, estimulando el incremento de la demanda. No obstante, dentro del inconveniente que causa este tipo de estrategia, es que puede generar una guerra por los precios.
- *Atraer a potenciales clientes:* Es una estrategia que pretende atraer e influir en aquellos consumidores que no demandan pero consumen los productos. Para ello,

es importante hacer un arduo trabajo referente a la comunicación de marketing, con la finalidad de que el mercado pueda conocer los beneficios y ventajas del producto.

- **Estrategias de riesgo reducido.** Dentro de esta tipología, se encuentran las siguientes:
 - *Los clientes actuales compren más producto.* Con la aplicación de las estrategias, la empresa inicia con el crecimiento aumentando el riesgo empresarial, referente a las ventas de los productos o servicios existentes, a los clientes de los diferentes segmentos, ya que implica menos riesgo. Para que resulte efectivo, se realizan campañas publicitarias con un mensaje adecuado, que llegue al consumidor a fin de lograr el aumento del consumo de los productos.
 - *Cientes de la competencia.* Consiste en ofrecer a los consumidores, los productos o servicios a precios más bajos. Esta estrategia funciona cuando los consumidores son sensibles al precio, por lo tanto existe el aumento de la demanda del producto ofertado.
 - *Cientes potenciales.* Busca atraer a los consumidores que todavía no demandan y consumen diversos productos. Deben tener una comunicación clara y concisa acerca del producto, especialmente dando a conocer las características, ventajas y beneficios del producto.

2.2.3. Estrategia de descremado.

Según el autor Santa (2019) consiste en el lanzamiento de nuevos productos, puesto que sus precios son tan altos para después ir bajando gradualmente, en la medida que el producto o servicio se perciba como menos novedoso y se convierta como habitual. De esta manera se consigue la mayor ganancia desde el lanzamiento, posicionándolo en el mercado e innovar de manera continua.

Tabla 1

Estrategias de descremado

ADECUADO	NO ADECUADO
Nuevas tecnologías	Software como servicio B2B

Son revolucionarias	tienen	continua	Expansión de la base de datos de los usuarios
Innovación			
Ropa y moda			Productos de alta competencia
Introducción de nuevos estilos			Saturación con un producto
Autos			Contratación, consultorías y servicios profesionales
Innovación de modelos			Son más rígidos a la demanda que los productos

Nota. Adaptado de Santa (2019)

2.2.4. Estrategia de marketing funcional

Según Carmona (2018) son las cadenas de valor de una organización, en ella se encuentra el marketing, finanzas, recursos humanos, para la implementación y alineación de la visión estratégica de las empresas a desarrollarse, con el fin de lograr los objetivos, en la implementación está considerando cuatro puntos importantes, tales como: producto, precio, distribución y promoción. Por tanto, al cubrir las 4P del marketing, se espera que la capacidad funcional de las empresas se constituya en ventaja competitiva.

- **Producto.** Se dice que el producto tiene un conjunto de características y atributos, que el consumidor acepta para cubrir alguna necesidad.
- **Precio.** Es la representación del valor adquisitivo del producto o servicio, puesto que produce un efecto psicológico hacia los consumidores, ya que afecta la compra y ayuda a la distinción entre marcas y productos, siendo la única manera de conocer el consumidor lo que se está ofertando.
- **Punto de venta (Distribución).** Consiste en la forma de distribuir los productos o puntos de venta, de donde se encontrará a disposición del consumidor final.
- **Promoción.** Es un tipo de estrategia utilizada por la empresa para comunicar a sus clientes mediante el uso de diferentes plataformas, teniendo claro el mercado objetivo hacia dónde va dirigida la marca, a través de la información que se comunica.

2.2.5. Estrategias de Branding posicionamiento de marca.

Desde el punto de vista de López et al. (2018) son la estrategia cuyo principal objetivo, es el posicionamiento de una determinada imagen de la marca para el consumidor,

esto ayuda con la identificación de las características que poseen y los valores que se han definido. Además, permiten llevar a una percepción del producto, hacia nuevos horizontes, esto dará autenticidad, por cuanto se está diferenciando de la competencia y los valores que se están definiendo el proceder.

2.2.6. Estrategias de segmentación de mercado.

Sobre esta perspectiva estratégica, Paredes (2017) enfatiza que es una estrategia donde se está categorizando los potenciales clientes, para que llegue el mensaje en determinación de criterios y las variables correspondientes. Estos mensajes pueden llegar de diferente manera en su profundidad, ya sean mensajes más claros a las personas correctas por ser un público objetivo, que puede considerar la segmentación por interés, así como ubicación geográfica, esto resulta más eficaz. Entre las que destacan:

- **Segmentación indiferenciada o masiva.** Busca llegar a la mayor parte de clientes potenciales.
- **Segmentación diferenciada.** Está segmentado en diferentes audiencias y se estaría ejecutando una variedad de estrategias para adaptar y que acepten los mensajes personalizados para cada segmento.
- **Segmentación concentrada.** Es la estrategia en un solo segmento, lo que permite un mensaje con gran eficacia, ayudando también a la reducción de costos.
- **Segmentación uno a uno.** Esta estrategia se dirige a segmentos más específicos, considerando al consumidor en forma individual, lo cual conlleva costos más elevados.

2.2.7. Estrategias de marketing digital

Desde el contexto teórico de Ballesteros et al. (2019) la estrategia referida al marketing digital hace referencia a la planificación de diferentes etapas que permiten el logro de objetivos previamente definidos a través de plataformas online. Conllevan hacia aspectos de difusión y creación de contenidos mediante redes sociales, sitios web, correos electrónicos, entre otros. Esta tipología es más diversa, ya que, en la actualidad el mundo se encuentra en una era tecnológica, que tiene por objeto impulsar las marcas y negocios mediante el internet para lo cual se está implementando diversos enfoques.

2.2.8. Estrategias de precio para nuevos productos

Esta estrategia está referida al éxito o al fracaso del producto o servicio, para lo cual se necesita de tener información acerca del mercado. El precio del producto tiene que ser considerado al tipo de consumidor al cual estará dirigido, dando lugar a los siguientes elementos establecidos por Slusarczyk & Morales (2017):

- **Premium.** Se dice que los precios son altos a comparación de los competidores para productos que requieren posicionarse. Esta estrategia da a conocer el valor que aporta al producto o servicio hacia los usuarios.
- **De penetración.** Se enfoca hacia el alcance de precio más bajo, para llamar la atención del consumidor, aunque esta decisión es peligrosa, por cuanto el objetivo es tener utilidades a futuro.
- **Ahorro.** Son aquellos productos genéricos y los cuales los consumidores ponen mucha atención, porque los negocios deben disminuir los precios para obtener ventas.
- **Sobreprecio.** Esta estrategia hace referencia al sobreprecio, ya que no existe muchos competidores para lo cual está generando mayor utilidad.
- **Emocional.** Se utilizan las emociones del consumidor.

2.2.9. Estrategias de desarrollo de nuevas líneas de producto.

Para Andrade (2019) esta estrategia se está utilizando con la finalidad de llegar a más clientes, mediante mercados más específicos, considerando el aumento de variedad de productos ofrecidos a la medida.

- **Variedad de productos.** Es la venta de varios productos, ya sea en diferentes opciones como alimentación, vestimenta, tecnológicos, entre otros, que tengan variedad para cubrir alguna necesidad.
- **Cambios individuales en los productos.** Se está refiriendo a un rediseño como es la presentación del empaque. En este mundo se debe reinventar para llamar la atención del consumidor, también se utiliza cuando se lanza un nuevo producto, ya que se debe cambiar la imagen esto logra la captación e interés.
- **Productos a la medida.** Los consumidores buscan que se les satisfagan las necesidades, algunas personas pagan más del valor por su marca y la calidad, ya que es reconocido, también interviene la calidad de vida que tienen las características que hacen diferente un producto como el diseño de la marca, materiales y precios.

2.2.10. Estrategias en función de la estacionalidad.

Esta estrategia es utilizada en fechas especiales, ya que esto aumenta la demanda de un producto o servicio, se realiza de forma mensual o anual, logrando un incremento en la rentabilidad al aprovechar la temporada en la que se ofrece (Bustamante, 2018). Sobre esta tipología se puede mencionar la navidad, donde se incrementa la venta de ropa, juguetes, transporte, entre otros. Asimismo, en el caso del día de los enamorados, surge un aumento en las ventas de productos como peluches, flores y dulces.

2.3. Desarrollo productivo

El desarrollo del proceso organizacional, enfocado hacia la búsqueda de nuevos modelos y perspectivas comunitarias, conduce a una eficiente productividad, criterios de calidad, compromiso, satisfacción y participación personal y colectiva. En este contexto, Asencio et al. (2019) menciona modelos como el desarrollo productivo, que se basa en teorías económicas y políticas, que buscan promover el crecimiento económico sostenible, aumento de la productividad, así como la competitividad de las industrias. Por su parte, Jurado (2022) destaca algunas teorías claves, que incluyen enfoques como: la ventaja comparativa, teoría del crecimiento endógeno y economía del desarrollo, las cuales proporcionan marcos conceptuales para entender el desarrollo productivo y han influido en las políticas económicas implementadas en diferentes países.

- **Ventaja comparativa:** Esta teoría, propuesta por David Ricardo, sostiene que los países deben especializarse en la producción de bienes y servicios en los que tienen una ventaja comparativa, es decir, en aquellos en los que son relativamente más eficientes en términos de costos o recursos.
- **Teoría del crecimiento endógeno:** Sostiene que el crecimiento económico no es solo resultado de factores externos, como la acumulación de capital o tecnología, sino también de factores internos, como la inversión en investigación, desarrollo, educación y la innovación.
- **Economía del desarrollo:** Esta rama de la economía se enfoca en, comprender las causas y consecuencias del desarrollo económico en países y regiones, encargada de examinar factores como las políticas públicas, industrialización, comercio internacional y la distribución equitativa de los ingresos.

2.3.1 Importancia del desarrollo productivo

Para Rincón et al. (2022) el desarrollo productivo ha adquirido una importancia fundamental en la disminución de la brecha territorial, ampliando las posibilidades en el crecimiento regional, considerado esencial para el impulso del desarrollo económico sostenible, generación de empleo, competitividad, innovación, entre otros.

- **Crecimiento económico:** Promueve el aumento de la producción, lo que impulsa el crecimiento económico de un país o región.
- **Generación de empleo:** El desarrollo productivo fomenta la creación de empleos, lo que contribuye a reducir la tasa de desempleo y mejorar las condiciones de vida de la población.
- **Mejora de la competitividad:** Al impulsar la productividad y la eficiencia, el desarrollo productivo aumenta la competitividad de las empresas y sectores económicos en los mercados nacionales e internacionales.
- **Innovación y tecnología:** El desarrollo productivo fomenta la inversión en investigación y desarrollo, lo que impulsa la innovación tecnológica y mejora la calidad y diversidad de los productos y servicios.
- **Reducción de la pobreza:** Un desarrollo productivo sostenible puede contribuir a reducir la pobreza, al crear oportunidades económicas, aumentar los ingresos y mejorar las condiciones de vida de las personas.

2.3.2 Beneficios del desarrollo productivo

El apoyo y contribución que ofrecen los diferentes proyectos productivos para las regiones, son esenciales para el desarrollo económico, ya que fortalece la cadena de valor de los sectores productivos y económicos, tanto públicos, como privados, que no han tenido oportunidades de recursos para satisfacer sus necesidades vinculadas a la creación de nuevos e innovadores emprendimientos. A este respecto, Asencio et al. (2019) señala que el desarrollo productivo beneficia a múltiples actores en una economía, incluyendo empresas, trabajadores, consumidores, gobierno y sociedad en general.

- **Empresas:** El desarrollo productivo puede ayudar a las empresas a mejorar su productividad, eficiencia y competitividad, lo que resultaría en mayores ganancias y oportunidades de crecimiento.

- **Trabajadores:** Al generar empleo, el desarrollo productivo puede beneficiar a los trabajadores al mejorar sus ingresos, condiciones laborales y oportunidades de carrera.
- **Consumidores:** Un desarrollo productivo sostenible, puede resultar en una mayor variedad, calidad y precios más bajos de los bienes y servicios para los consumidores.
- **Gobierno:** El desarrollo productivo puede contribuir al crecimiento económico y la recaudación de impuestos, lo que permite al gobierno financiar programas sociales y servicios públicos.
- **Sociedad en general:** Un desarrollo productivo sostenible puede mejorar la calidad de vida de las personas al crear oportunidades económicas, reducir la pobreza y mejorar la infraestructura y los servicios públicos.

2.4. Reseña histórica de CORPOAMBATO

Corporación de desarrollo de Ambato y Tungurahua (CORPOAMBATO (2023), es una institución pública sin fines de lucro se creó en 1999, mediante el Banco Interamericano de Desarrollo, encargada de promover el desarrollo económico, social y ambiental de la ciudad, a fin fortalecer las capacidades de los emprendedores. Los fundadores son el Gobierno Provincial de Tungurahua e incluso el GAD municipal de la provincia, la Cámara de Comercio y la Universidad Técnica de Ambato, concentrándose como un sistema de economía mixta, por cuanto, participan tanto el sector público, como privado en la producción y distribución de bienes y servicios, combinando elementos de planificación y libre mercado. La corporación está debidamente constituida, además se registra en el Ministerio de Industrias y Productividad con sus respectivos certificados.

El propósito de Corpoambato, es ayudar a los inicios de los emprendedores para que exista un desarrollo económico de la ciudad, contando con la participación tanto de universidades, dirigentes comunitarios y políticos. Actualmente su ubicación es en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato en la dirección Sucre y Mariano Castillo junto a la Gobernación de Tungurahua.

CORPOAMBATO, está sugiriendo en como idear un negocio, modelo de negocios, innovación e incluso conocer las leyes de emprendimiento, ser más creativos para defender su producto o servicio que se está prestando. Tendrán esta ventaja, los emprendedores que requieran formalizar los negocios para que ellos crezcan y puedan mejorar sus ingresos.

Figura 3

Ubicación geográfica de CORPOAMBATO



Nota. Tomado de Google Maps (2023)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

La investigación se inició con la observación, de esta manera se van adquiriendo los conocimientos necesarios para el proceso conocido como metodología, que implica un diagnóstico ordenado y sistemático de información. Representando un enfoque hacia la solución de una determinada problemática, con el objetivo fundamental de descubrir hechos para posteriormente darlos a conocer. A este respecto, Villabuena (2022) indica que la búsqueda en la investigación científica, tiene que ser de forma ordenada, constante, racional, metódica y controlada.

3.1. Métodos de la investigación

Los métodos de una investigación se conocen como la comprobación y construcción de conocimientos sobre un fenómeno en particular, definido por Rodríguez (2018) como el conjunto de herramientas que actúan de forma coherente en la investigación, permitiendo el alcance de resultados o un fin determinado. En el presente estudio, se utilizó el método hipotético – deductivo, fundamentado en lo racional con la observación de hechos reales.

El método hipotético – deductivo es un razonamiento de la ciencia argumentado en la creatividad del ser humano, para el logro de soluciones a un determinado problema. A este respecto, Díaz et al. (2016) enfatiza que está basado en un enfoque investigativo, que se origina desde una parte de la teoría, acerca del funcionamiento del desarrollo de las cosas y está derivado de hipótesis comprobables. Aunado a esto, permite obtener conclusiones reales, partiendo de lo general, a lo particular, que para el caso que se aborda, permitirá comprobar hechos de la realidad que afecta a CORPOAMBATO, en relación a la estrategia de funcionamiento.

3.1.1. Pasos del método hipotético deductivo

- **Observación del fenómeno en estudio**

Por medio del contacto directo con los emprendedores y personal de CORPOAMBATO, se logró determinar que se requiere mejorar el desarrollo productivo para brindar una adecuada orientación y atención en los emprendimientos

- **Identificación del problema**

En esta fase del proceso se consideró una investigación aplicada para diagnosticar las causas y consecuencias de la situación problemática presentada en CORPOAMBATO acerca de la relación al desarrollo productivo y la forma en que influye en el asesoramiento que se brinda a los emprendedores para la creación de nuevas actividades económicas.

- **Formulación de la hipótesis**

Una vez que se ha determinado la situación problemática, se plantea la siguiente hipótesis que permitió dar respuesta al objetivo de la investigación.

- **Hipótesis alternativa:** Los emprendimientos influyen en las estrategias de desarrollo productivo de CORPOAMBATO
- **Hipótesis nula:** Los emprendimientos no influyen en las estrategias de desarrollo productivo de CORPOAMBATO

3.2. Diseño de la investigación

El estudio que se desarrolla, adoptó un diseño de investigación no experimental, basado en conceptos, categorías, variables, contextos, que se originan sin que ocurra la intervención, alteración o manipulación directa por parte del investigador, solo se observa el fenómeno tal y como ocurre desde su contexto natural, que posteriormente será analizado (Hernández et al. (2016). Por tanto, se observaron todas las situaciones que existen en CORPOAMBATO sobre los emprendimientos y estrategias de desarrollo productivo, que no permiten cumplir con las metas establecidas, ocasionando déficit por la baja productividad, así como la sobredemanda de los productos y servicios, considerados una problemática que no permite un desarrollo más eficiente.

3.3. Tipo de investigación

La investigación se utilizó un carácter descriptivo como método de investigación que permite observar, describir y analizar el comportamiento del objeto de estudio, sin que este influya de forma directa. La disciplina científica, específicamente las ciencias sociales usan esta tipología, para lograr una visión más clara y general del tema (Rodríguez J. , 2018). En este sentido, el investigador observó el entorno de CORPOAMBATO de una forma natural,

a fin de conocer por parte del personal el desenvolvimiento estratégico y sus políticas, para brindar apoyo a los emprendedores de la localidad.

El nivel de investigación descriptiva permitió a su vez describir, caracterizar y explicar las variables inmersas en el contexto relacionado con la determinación de los emprendimientos y estrategias utilizadas para el desarrollo productivo de CORPOAMBATO. Asimismo, se diagnosticó el estado actual de los diferentes enfoques aplicados; es decir, de cada variable que interviene en la investigación; donde se involucran hechos, personas y procesos. Por tanto, se analizaron para tener una idea general del comportamiento de las mismas y posteriormente emitir conclusiones sobre su factibilidad.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

Según Rodríguez (2018), la población consiste en un conjunto de elementos no necesariamente humano, también lo representan los entes, objetos o cosas, sobre los cuales el investigador indaga y conoce sus características, centrándose en la inquietud que se estudia y para el cual serán válidas las conclusiones alcanzadas durante la investigación, que deben ser delimitadas de forma clara y precisa.

Para el caso de estudio, la población estuvo representada por los directivos, jefes de áreas y colaboradores de CORPOAMBATO, tal como se muestra en la tabla 2. Del mismo modo, se obtuvo una segunda población conformada por 100 emprendedores de CORPOAMBATO, a quienes se les aplicó la encuesta.

Tabla 2

Detalle de la población

Cargos	N°
Directivos	2
Jefaturas	6
Colaboradores	12
Total	20

Nota. Datos recabados en estudio de campo

3.4.2. Muestra

Sobre el contexto anterior, se aplica la muestra para delimitar el estudio, a tales efectos Hernández et al. (2016), sostienen que esta técnica consiste en extraer una parte de la población, según los elementos seleccionados, esto el tamaño de la muestra y las estrategias de selección, con un grado mínimo de error. Para efectos del estudio, se tomó la muestra total para el caso del personal de CORPOAMBATO; mientras que los emprendedores se consideraron 100 personas, que según el registro de participación suministrado por la institución, alcanza ese número.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Técnicas de recolección de datos

- **Entrevista.** Para Arias (2017) la entrevista se define como una técnica donde el investigador trata de hallar información de manera personalizada y verbal. La información se maneja en función de los acontecimientos y aspectos experimentados de forma subjetiva en la persona, mediante opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando. Esta técnica de recopilación de información, fue aplicada a los directores, jefes de áreas y colaboradores de CORPOAMBATO, a fin de conocer las opiniones sobre aspectos relevantes de la problemática existente.
- **Encuesta.** Las encuestas según Arias (2017), se aplican a determinados grupos de personas que presentan ciertas características en común para obtener información, es por ello que las encuestas se manejan a un público objetivo, donde dicho grupo de se les conoce como población o universo. Esta técnica se empleó a los emprendedores de CORPOAMBATO, recopilando información que se utilizó para el análisis cuantitativo, con la finalidad de conocer e identificar la magnitud del problema.
- **Observación directa.** Esta técnica consiste para Hernández et al. (2016), en registrar de forma objetiva, sistemática y de forma confiable la conducta de una persona o un grupo de personas. Es así como la percepción, permite determinar el comportamiento en el desarrollo de la investigación visualizando los acontecimientos. La observación permitió interpretar, recoger y acumular información importante para estudiar el objeto de investigación minuciosamente en la empresa.

3.5.2. Instrumentos de recolección de datos

- **Guía de entrevistas.** De acuerdo con Rodríguez (2017), indica que esta herramienta ejecuta una labor, para organizar determinados temas, que permitan emprender en la entrevista, ya que no conforma un paso a paso estructurado de preguntas, también lo define como una lista de temas y áreas generales organizados donde se trataran de abordar las preguntas. Este instrumento ayudó a la recolección de información realizada a los directores, jefes y colaboradores, cuyo contenido se presentó mediante una serie de preguntas abiertas respecto a la problemática de CORPOAMBATO.
- **Cuestionario.** Según Hernández et al. (2016) plantea que este instrumento se maneja mediante un bosquejo para estructurar un determinado número de interrogantes que surgen desde el planteamiento del problema, con el objetivo de concretar las ideas, creencias o supuestos que tiene el investigador. El cuestionario se aplicó a los emprendedores, constituido por 10 ítems de preguntas cerradas, relacionadas a la problemática para la obtención de información de forma sistemática y ordenada.
- **Guía de observación.** Para Arias (2017), la guía de observación corresponde a una estructura, con ciertos procedimientos en los aspectos que se prevé registrar acerca del objeto en estudio. Este instrumento contiene los datos en un orden cronológico, concreto y práctico, para luego proceder en ellos el análisis de un problema o una situación determinada

3.6. Procesamiento y análisis de la información

- **Obtención de la información.** Revisión de las fuentes de datos que se tienen disponibles ya sea mediante internet, estudios realizados, publicaciones para poder extraer información las más utilizadas son los cuestionarios y las encuestas, se determinó que, el tamaño de la muestra de la población a la que se realizara la encuesta.
- **Tratamiento y análisis de los datos.** Con la obtención de la información posteriormente se procesó mediante una base de datos, de la cual se facilitó su interpretación, comparación y el análisis, así como la representación gráfica de los resultados una vez tabulados.
- **Interpretación y presentación de los resultados.** Con el análisis de los datos mediante las gráficas se procedió a transformas dicha información en términos económicos. Posteriormente, las conclusiones y recomendaciones para la empresa.

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Una vez que se han aplicado los instrumentos de recolección de datos, se procede a analizar la información, a fin de dar respuesta al objetivo para determinar los emprendimientos y las estrategias utilizadas para el desarrollo productivo de

CORPOAMBATO. En primer apartado se presentan los resultados de la entrevista y posteriormente la encuesta, cada uno con su respectivo análisis.

4.1. Análisis de la entrevista

Se aplicó la entrevista a los directivos, jefes de áreas y colaboradores de CORPOAMBATO, dado que las respuestas por cargos son similares, se procedió a presentar los resultados agrupados por puestos, tal como se muestra en la tabla:

4.1.1. Entrevista aplicada a Directivos

1. ¿Cuál es el objeto principal que desempeña la empresa?

Ofrecer apoyo a los emprendedores, fortaleciendo la capacidad para el desarrollo económico y productivo

2. ¿Cómo se manejan las estrategias para el desarrollo productivo?

Apoyo empresarial productivo, creando ventajas competitivas

3. ¿Cuáles son los emprendimientos ofrecidos por la institución?

Se brinda orientación en todas las actividades económicas específicamente en el área comercial y agropecuario

4. ¿Cómo ha sido la influencia del emprendimiento para el desarrollo productivo?

Ha sido satisfactoria, pero se requieren de estrategias que permitan brindar mejor orientación

5. ¿De qué manera el COVID-19 afectó a la empresa?

Disminuyó la capacidad productiva para el inicio de nuevos emprendimientos

6. ¿Qué tipo de estrategias de mercado maneja la empresa para apoyar los emprendimientos?

Se establecen alianzas estratégicas, tanto con el sector público como privado

7. ¿Qué metodologías aplica la empresa para capacitar al personal sobre el desarrollo productivo?

Capacitación y formación continua referente a las actividades económicas para el emprendimiento.

8. ¿Cómo se maneja el desarrollo productivo en la localidad?

Poca orientación por la falta de procesos estructurados que les ayude a dar inicio a los emprendimientos y por ende, bajo empleo.

9. ¿Cuál debería de ser el apoyo del Estado en el desarrollo productivo?

Brindar asesoramiento económico, social y político en materia de emprendimiento coadyuvando al desarrollo sostenible

10. ¿Cómo califica la propuesta de un plan de acción para los emprendimientos basados en estrategias de desarrollo productivo?

Es una propuesta con un excelente aporte que estaría beneficiando tanto al emprendedor, como la sociedad y el Estado.

4.1.2. Entrevista aplicada a jefes de áreas

1. ¿Cuál es el objeto principal que desempeña la empresa?

Brindar apoyo en el emprendimiento y desarrollo económico

2. ¿Cómo se manejan las estrategias para el desarrollo productivo?

Modernización a nivel tecnológico

3. ¿Cuáles son los emprendimientos ofrecidos por la institución?

Abarca específicamente el sector comercial y agropecuario

4. ¿Cómo ha sido la influencia del emprendimiento para el desarrollo productivo?

Ha permitido incremento de la productividad y generación de empleo

5. ¿De qué manera el COVID-19 afectó a la empresa?

Cierre de las empresas por la falta de orientación ante hechos sobrevenidos

6. ¿Qué tipo de estrategias de mercado maneja la empresa para apoyar los emprendimientos?

El asesoramiento y la motivación, son las principales estrategias que se brinda para evitar los fracasos empresariales

7. ¿Qué metodologías aplica la empresa para capacitar al personal sobre el desarrollo productivo?

Formación en materia de emprendimiento

8. ¿Cómo se maneja el desarrollo productivo en la localidad?

El avance ha sido reducido por la falta de asesoramiento para el crecimiento económico

9. ¿Cuál debería de ser el apoyo del Estado en el desarrollo productivo?

Promover los planes de emprendimiento, su importancia para la sociedad, pero ofreciendo apoyo económico a través de incentivos

10. ¿Cómo califica la propuesta de un plan de acción para los emprendimientos basados en estrategias de desarrollo productivo?

Excelente propuesta para las diferentes actividades económicas en todos los sectores de la producción

4.1.3. Entrevista aplicada a colaboradores

1. ¿Cuál es el objeto principal que desempeña la empresa?

Ayudar y orientar a los emprendedores para iniciar sus negocios en las diferentes actividades productivas

2. ¿Cómo se manejan las estrategias para el desarrollo productivo?

Reorganización en los procesos, innovación tecnológica

3. ¿Cuáles son los emprendimientos ofrecidos por la institución?

Diferentes áreas del desarrollo productivo

4. ¿Cómo ha sido la influencia del emprendimiento para el desarrollo productivo?

Generación de ingresos y competitividad en el mercado

5. ¿De qué manera el COVID-19 afectó a la empresa?

Disminución de la fuerza laboral

6. ¿Qué tipo de estrategias de mercado maneja la empresa para apoyar los emprendimientos?

Diversas políticas de asesoramiento que les permita permanecer en el mercado

7. ¿Qué metodologías aplica la empresa para capacitar al personal sobre el desarrollo productivo?

Se dictan talleres sobre emprendimiento y desarrollo productivo

8. ¿Cómo se maneja el desarrollo productivo en la localidad?

Es débil porque no existe una orientación en cuanto a ideas de negocios.

9. ¿Cuál debería de ser el apoyo del Estado en el desarrollo productivo?

Determinar planes de acción que motiven y oriente a los nuevos emprendedores y fortalezca a los ya existentes

10. ¿Cómo califica la propuesta de un plan de acción para los emprendimientos basados en estrategias de desarrollo productivo?

Es una opción muy acertada para las empresas y el Estado.

4.2. Análisis de la encuesta

Se realizó la encuesta a 100, según el registro de participación suministrado por la institución, cuyos resultados fueron tabulados generando sus correspondientes gráficos a través del sistema estadístico SPSS versión 25, posteriormente se analizaron los datos obtenidos, tal como se muestra a continuación:

Tabla 3

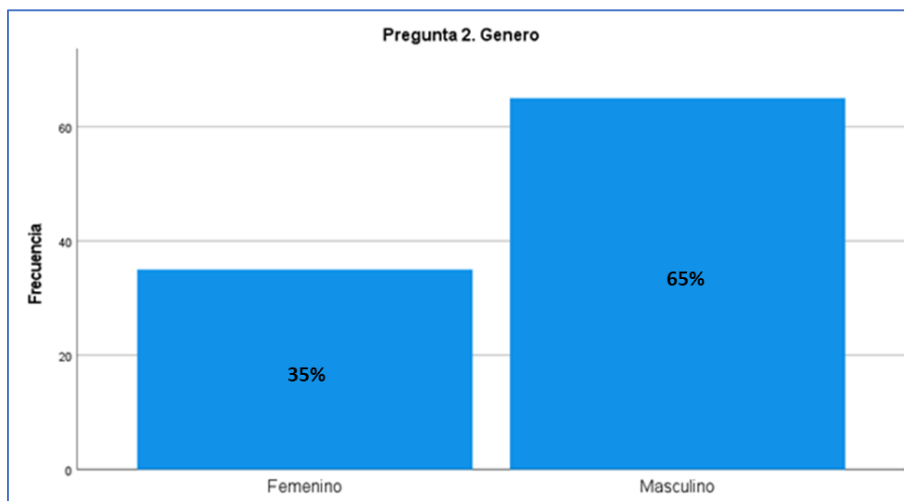
Género

Pregunta 1. Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	35	35%	35%	35%
	Masculino	65	65%	65%	100%
	Total	100	100%	100%	

Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Figura 4

Género



Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Análisis e interpretación: Como se puede apreciar en la figura 4, el 65% de los emprendedores encuestados pertenecen al género masculino; mientras que la diferencia del 35% son del sexo femenino. Los resultados evidencian que son los hombres quienes mayormente invierten su patrimonio y asumen los riesgos que implica incursionar en el mundo del negocio. Sin embargo, aun cuando las mujeres que han adquirido beneficios a través de CORPOAMBATO son un menor porcentaje, hoy día se han interesado por emprender en distintas actividades del sector económico, a fin de mejorar su calidad de vida.

Tabla 4

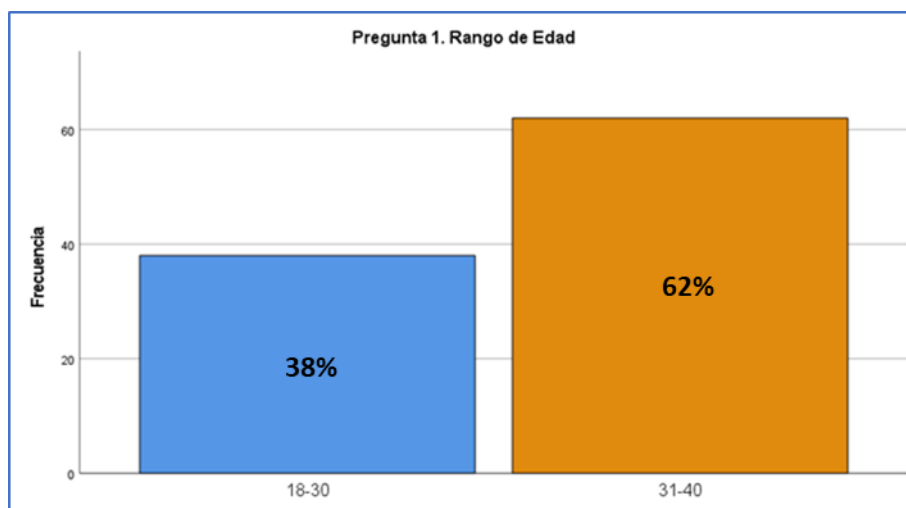
Rango de edad

Pregunta 2. Rango de Edad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-30	38	38%	38%	38%
	31-40	62	62%	62%	100%
	41 – 50	0	0	0	0
	51 – 60	0	0	0	0
	Más de 60	0	0	0	0
	Total	100	100%	100%	

Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Figura 5

Rango de edad



Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Análisis e Interpretación: Tal como se señala en la figura 5, el mayor porcentaje de edad en las personas dedicadas al emprendimiento, oscilan en edades comprendidas de 31 a 40 años. En cuanto a estos valores, se determina que la población medianamente joven son los que más están destacando en la innovación tecnológica, como un medio de subsistencia para el mejoramiento y estabilidad económica, poniendo en práctica sus capacidades.

Tabla 5

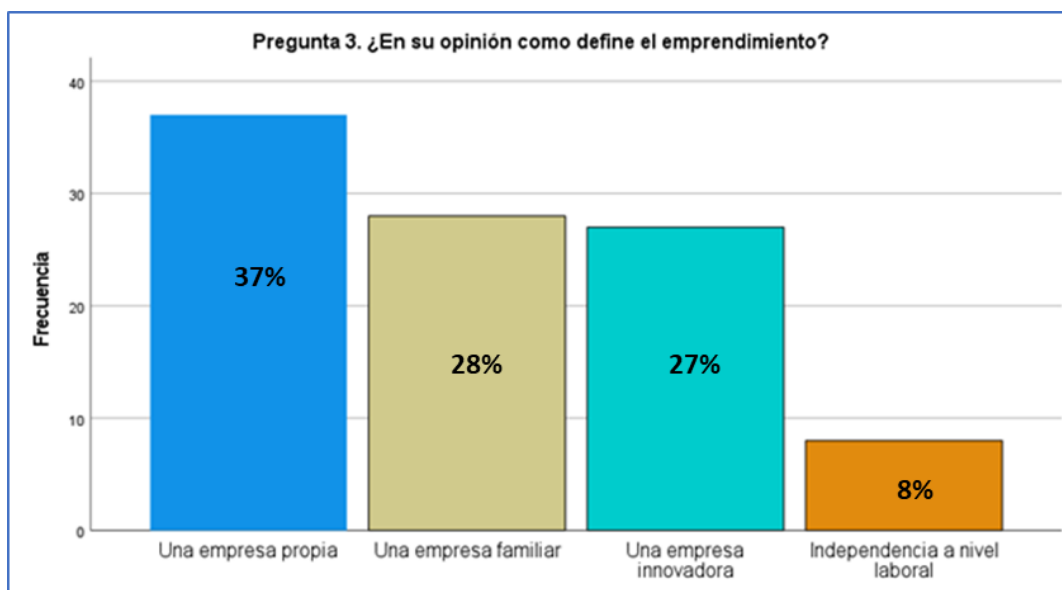
Definición de emprendimiento

Pregunta 3. ¿En su opinión como define el emprendimiento?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Una empresa propia	37	37%	37%	37%
	Una empresa familiar	28	28%	28%	65%
	Una empresa innovadora	27	27%	27%	92%
	Independencia a nivel laboral	8	8%	8%	100%
	Total	100	100%	100%	

Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Figura 6

Definición de emprendimiento



Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Análisis e Interpretación: En relación a la definición que le dan los emprendedores encuestados al emprendimiento, se puede apreciar que para el 37% es una empresa propia, un 28% la definen como una empresa familiar. Para el 27% es una actividad innovadora; mientras que el 8% la consideran como independencia a nivel laboral. Cabe destacar que, pese a las diversas opiniones de los emprendedores, el término abarca cada una de sus apreciaciones, por lo que en líneas generales se concibe como el esfuerzo que realizan las personas, con el fin de impulsar un determinado proyecto, creación de una empresa o vista como una solución de carácter innovador. En consecuencia, cualquiera de sus conceptualizaciones, persigue un objetivo común generar ganancias y aportar valor a los consumidores, de esta manera alcanzar un crecimiento empresarial.

Tabla 6

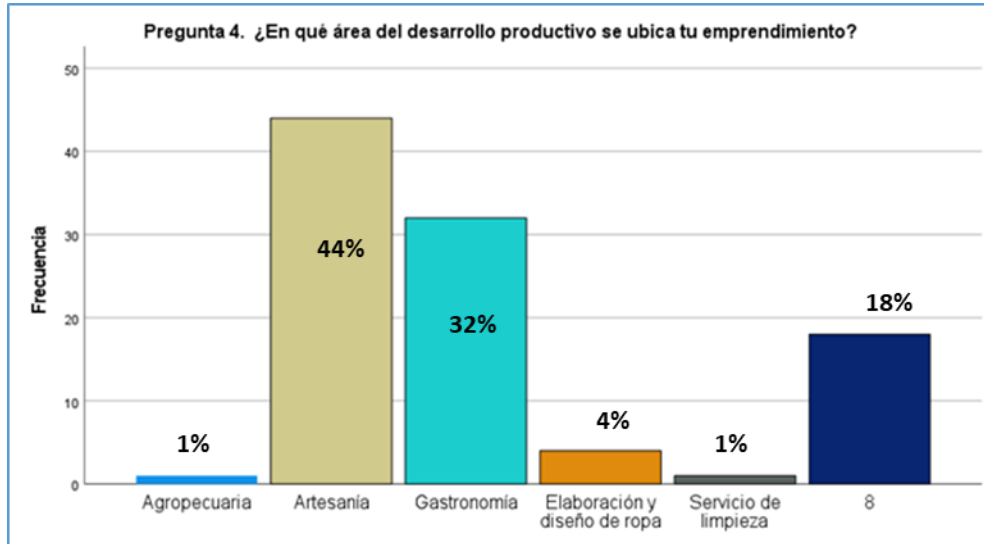
Ubicación del emprendimiento según área de desarrollo productivo

Pregunta 4. ¿En qué área del desarrollo productivo se ubica tu emprendimiento?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Agropecuaria	1	1%	1%	1%
	Artesanía	44	44%	44%	45%
	Gastronomía	32	32%	32%	77%
	Elaboración y diseño de ropa	4	4%	4%	81%
	Servicio de limpieza	1	1%	1%	82%
	Otros	18	18%	18%	100%
	Total	100	100%	100%	

Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Figura 7

Ubicación del emprendimiento según área de desarrollo productivo



Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Análisis e Interpretación: En cuanto al área del desarrollo productivo donde se ubica el emprendimiento de los encuestados, se observa que el 44% se dedican a la artesanía, seguido del 32% dedicado a la gastronomía; un 4% emplean la elaboración y diseño de ropa; en mínima proporción del 1% se desempeñan en el sector agropecuario y servicio de limpieza. En la misma línea, se aprecia un 18% enfocado en otras actividades del sector productivo, que pudiera estar enfocado en tiendas de moda, asesorías turísticas, distribución de productos para la cosmetología y perfumes, mini market y demás actividades. No obstante, la creación de empresas en diferentes ámbitos económicos, consolida el motor para la generación de empleo, fundamentado en cambios de la sociedad al poner en práctica la cultura y orientación emprendedora que le brinda CORPOAMBATO.

Tabla 7

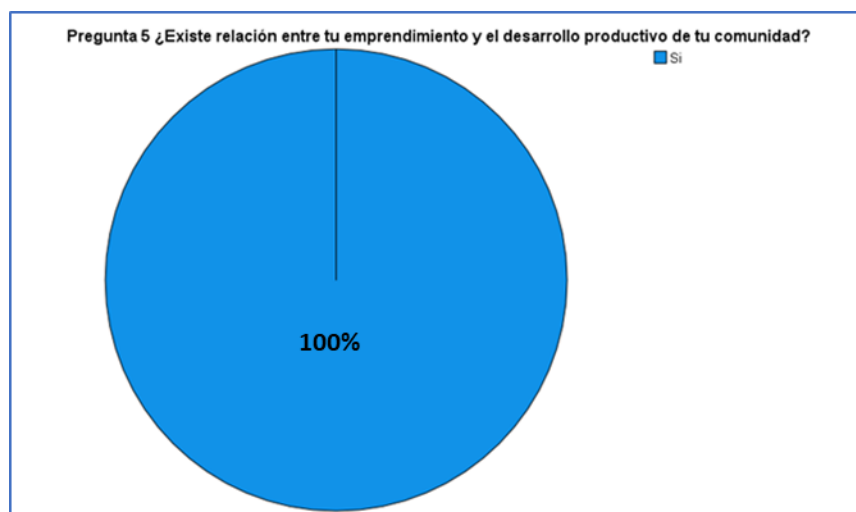
Relación entre el emprendimiento y el desarrollo productivo

Pregunta 5. ¿Existe relación entre tu emprendimiento y el desarrollo productivo de tu comunidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	100	100%	100%	100%

Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Figura 8

Relación entre el emprendimiento y el desarrollo productivo



Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Análisis e Interpretación: Al consultar sobre la relación entre el emprendimiento y el desarrollo productivo de la comunidad donde habitan los emprendedores, se puede observar en la figura 8, que el 100% afirma que efecto si existe un vínculo en ambos elementos. A este respecto, se determina que los encuestados tienen claro la importancia que debe existir en esta correlación económica, por cuanto, el emprendedor debe ser innovador para lograr el acceso a las herramientas que le permitirán potenciar la calidad tanto de los productos, como de los servicios, mejorando de esta manera la productividad.

Tabla 8

Factores con el cual se relaciona el emprendimiento

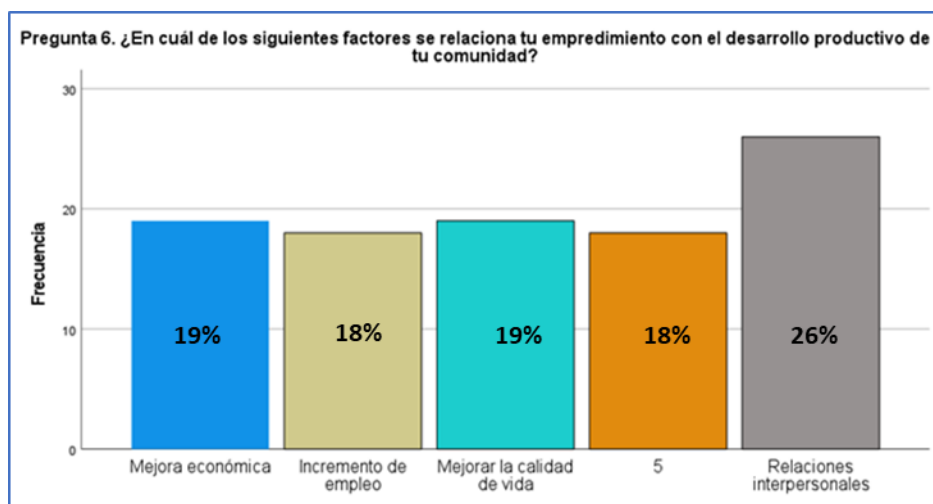
Pregunta 6. ¿En cuál de los siguientes factores se relaciona tu emprendimiento con el desarrollo productivo de tu comunidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mejora económica	19	19%	19%	19%
	Incremento de empleo	18	18%	18%	37%
	Mejorar la calidad de vida	19	19%	19%	56%
	Otros	18	18%	18%	74%

Relaciones interpersonales	26	26%	26%	100%
Total	100	100%	100%	

Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Figura 9

Factores con el cual se relaciona el emprendimiento



Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Análisis e Interpretación: Sobre los factores relacionados entre el emprendimiento con el desarrollo productivo de la comunidad, se determinó que el 26% lo enfocan a las relaciones interpersonales, en una proporción del 19% está orientado al mejoramiento de la economía y la calidad de vida; mientras que para el 18% recobra importancia el incremento del empleo. A tales efectos, se deduce que el emprendimiento contribuye en todos los ámbitos al desarrollo productivo, mejorando los niveles de vida de los habitantes, fundamentado en la equidad, economía solidaria y participación ciudadana.

Tabla 9

Apoyo de CORPOAMBATO al emprendimiento

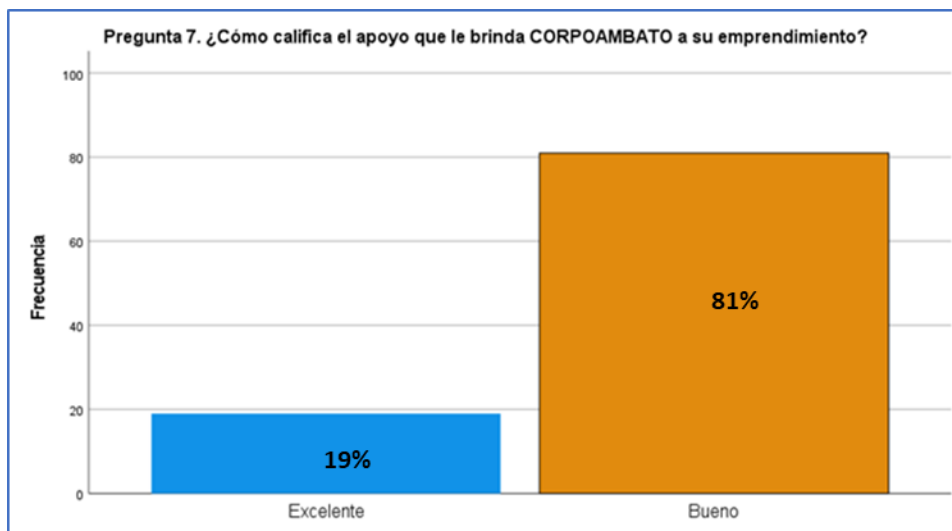
Pregunta 7. ¿Cómo califica el apoyo que le brinda CORPOAMBATO a su emprendimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	19	19%	19%	19%
	Bueno	81	81%	81%	100%
	Total	100	100%	100%	

Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Figura 10

Apoyo de CORPOAMBATO al emprendimiento



Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Análisis e Interpretación: Se solicitó a los emprendedores calificar el apoyo que le brinda CORPOAMBATO a su emprendimiento, a lo cual el 81% lo evalúan como bueno, seguido del 19% que lo consideran excelente, resultados que se aprecian en la figura 10. En tal sentido, al apoyar a los emprendedores se contribuye con el desarrollo productivo, crecimiento y fortalecimiento económico, así como la creación de nuevos empleos e incremento empresarial. Por tanto, debe existir una orientación sobre la existencia y comportamiento del emprendedor en la sociedad, el cual debe ser proactivo e innovador para enfrentar los retos que le espera en el mundo de los negocios.

Tabla 10

Oportunidad de desarrollo productivo a través de CORPOAMBATO

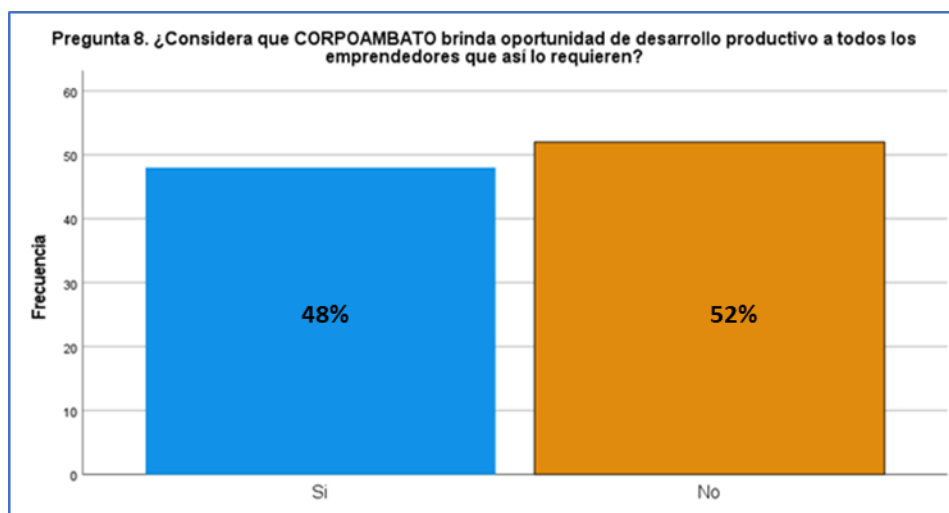
Pregunta 8. ¿Considera que CORPOAMBATO brinda oportunidad de desarrollo productivo a todos los emprendedores que así lo requieren?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	48	48%	48%	48%
	No	52	52%	52%	100%
	Total	100	100%	100%	

Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Figura 11

Oportunidad de desarrollo productivo a través de CORPOAMBATO



Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Análisis e Interpretación. En la figura 11, se muestran los resultados obtenidos al consultar acerca de la oportunidad de desarrollo productivo que brinda CORPOAMBATO a todos los emprendedores que así lo requieren. A este respecto, el 52% considera que no les ofrece oportunidades en este ámbito; mientras que el 48% manifiestan que si lo reciben. Sin duda, se aprecia que la falta de estrategias conlleva a que la orientación, información y apoyo no llega a toda la comunidad de la manera esperada. Por consiguiente, es necesario establecer acciones que coadyuven en el mejoramiento de la institución, a fin de lograr un crecimiento efectivo en la productividad en beneficio de la comunidad y del Estado a nivel local, regional y nacional.

Tabla 11

Estrategias de emprendimiento en CORPOAMBATO

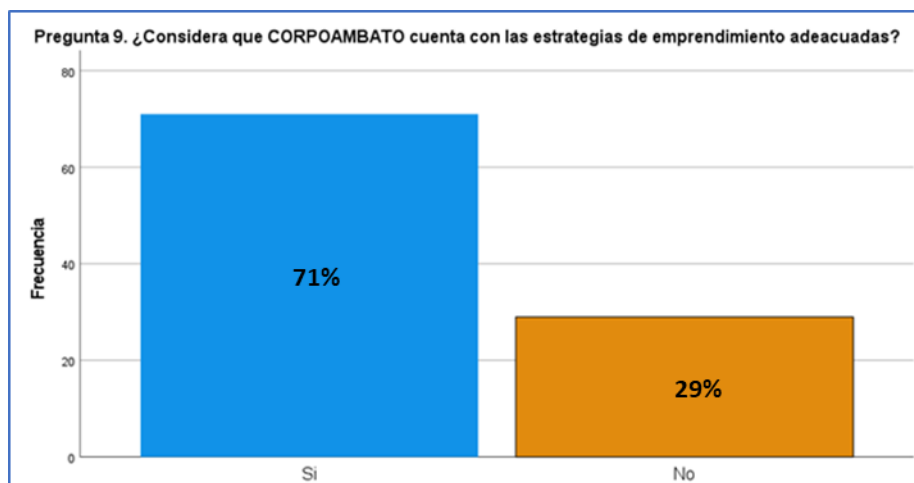
Pregunta 9. ¿Considera que CORPOAMBATO cuenta con las estrategias de emprendimiento adecuadas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	71	71%	71%	71%
	No	29	29%	29%	100%

Total	100	100%	100%
-------	-----	------	------

Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Figura 12

Estrategias de emprendimiento en CORPOAMBATO



Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Análisis e Interpretación: Sobre la figura 13, se evalúa que el 71% de los emprendedores consideran que CORPOAMBATO cuenta con las estrategias de emprendimiento adecuadas para la atención requerida; mientras que el 29% indican que no las posee. En este sentido, es importante para la institución contar con los mecanismo necesarios y fundamentales que les permita no solo la orientación a los emprendedores, sino también, detectar de una forma más ágil las fallas que se originan al momento de tomar la decisión de emprender un negocio, así tener una preparación idónea para hacer frente a los eventuales momentos críticos y saber cómo controlar los riesgos, acerca de la nueva iniciativa de empresa.

Tabla 12

Factores que afectan el emprendimiento

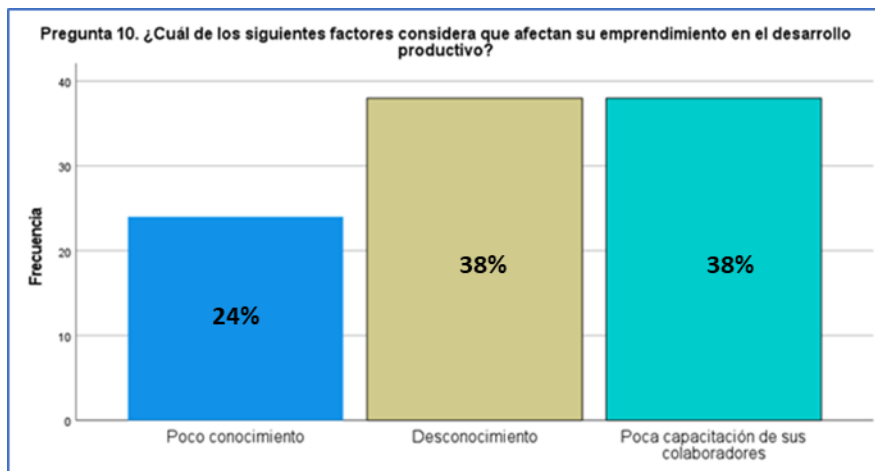
Pregunta 10. ¿Cuál de los siguientes factores considera que afectan su emprendimiento en el desarrollo productivo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco conocimiento	24	24%	24%	24%

Desconocimiento	38	38%	38%	62%
Poca capacitación de sus colaboradores	38	38%	38%	100%
Total	100	100%	100%	

Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Figura 13

Factores que afectan el emprendimiento



Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Análisis e Interpretación: En cuanto a la figura 13, se aprecia que en igual porcentaje del 38% consideran que los factores que afectan su emprendimiento en el desarrollo productivo, viene dado por el desconocimiento y la poca capacitación por parte de sus colaboradores; mientras que el 24% sostiene que el conocimiento es poco. A este respecto, es importante señalar que CORPOAMBATO ante esta situación, está al frente de poder brindar una mejor orientación y apoyo a cada uno de los emprendedores, contribuyendo de esta manera al fortalecimiento de la institución dentro de la comunidad

Tabla 13

Diseño de un plan de negocios en CORPOAMBATO

Pregunta 11. ¿Cómo considera usted el diseño de un plan de negocios en CORPOAMBATO como estrategia para fortalecer el desarrollo productivo?

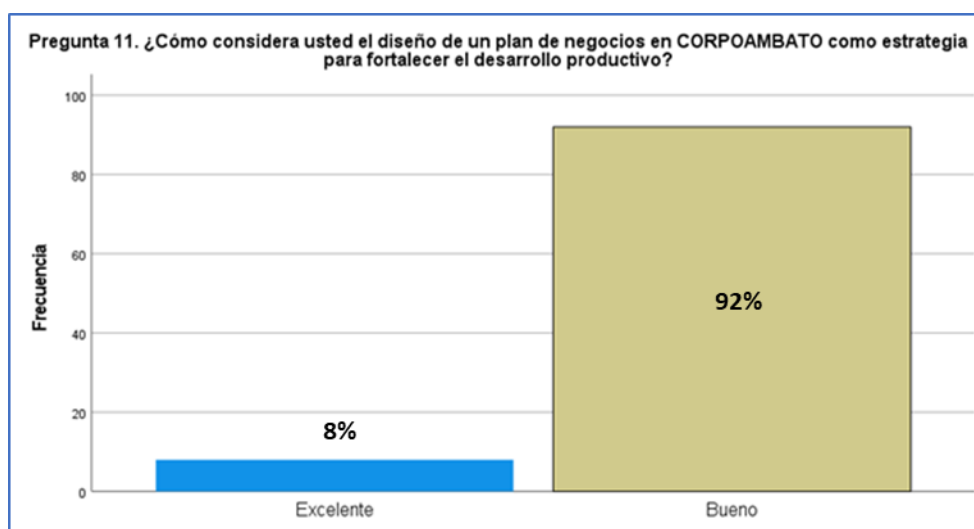
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Excelente	8	8%	8%	8%

Bueno	92	92%	92%	100%
Total	100	100%	100%	

Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Figura 14

Diseño de un plan de negocios en CORPOAMBATO



Nota. Datos recopilados de la encuesta realizada a los emprendedores

Análisis e Interpretación: Se consultó a los emprendedores encuestados, sobre la apreciación para el diseño de un plan de negocios en CORPOAMBATO como estrategia para fortalecer el desarrollo productivo, a lo cual, el 92% sostiene que es bueno y para el 8% es una excelente propuesta. En este sentido, se determina la factibilidad de ayudar a la institución objeto de estudio, a mejorar los mecanismos de apoyo, orientación y ayuda a las ideas de negocios de nuevos emprendedores, así como a fortalecer los ya existentes y que requieren optimizar su gestión, a fin de evitarles una inversión innecesaria y ayudarlos a elegir el producto o servicio necesario, de acuerdo con las necesidades del mercado.

4.3. Comprobación de la hipótesis

4.3.1. Hipótesis de la investigación

- **Hipótesis alternativa:** Los emprendimientos influyen en las estrategias de desarrollo productivo de CORPOAMBATO

- **Hipótesis nula:** Los emprendimientos no influyen en las estrategias de desarrollo productivo de CORPOAMBATO

4.3.2. Cálculo de Chi Cuadrado

Con el propósito de determinar el Chi Cuadrado que coadyuvara en la comprobación de la hipótesis, se consideró la pregunta N° 9 para la variable independiente acerca del emprendimiento que consiste en conocer si CORPOAMBATO cuenta con las estrategias de emprendimiento adecuadas, así como la pregunta N° 8 para la variable dependiente relacionada con el desarrollo productivo para corroborar si la corporación brinda oportunidades de desarrollo productivo a los emprendedores que lo requieren. Ambos ítems con escalas de respuesta de SI o NO, tal como se muestra en la tabla 14.

Tabla 14

Frecuencias establecidas

Variab les	Interrogantes	SI	NO
Emprendimiento	¿Considera que CORPOAMBATO cuenta con las estrategias de emprendimiento adecuadas?	71	29
Desarrollo productivo	¿Considera que CORPOAMBATO brinda oportunidad de desarrollo productivo a todos los emprendedores que así lo requieren?	48	52

Nota. Encuesta aplicada a los emprendedores

Tabla 15

Frecuencias observadas

Variab les	SI	NO	Total
Emprendimiento	71	29	100
Desarrollo productivo	48	52	100
Total	119	81	200

Nota. Encuesta aplicada a los emprendedores

Tabla 16

Frecuencias esperadas

Emprendimiento	$\frac{(119) * (100)}{200} = 60$	$\frac{(81) * (100)}{200} = 41$
Desarrollo productivo	$\frac{(119) * (100)}{200} = 60$	$\frac{(119) * (100)}{200} = 41$

Nota. Cálculos determinados por la investigadora según datos de la encuesta

$$X^2 \text{ cal} = \frac{(0 - E)^2}{E} + \frac{(0 - E)^2}{E} + \frac{(0 - E)^2}{E} + \frac{(0 - E)^2}{E}$$

$$X^2 \text{ cal} = \frac{(71 - 60)^2}{60} + \frac{(29 - 41)^2}{41} + \frac{(48 - 60)^2}{60} + \frac{(52 - 41)^2}{41}$$

$$X^2 \text{ cal} = 2,02 + 3,51 + 2,40 + 2,95$$

$$X^2 \text{ cal} = 10,88$$

4.3.3. Nivel de confianza

Se establece un nivel de confianza = 95%; con un margen de error = 0,5

4.3.4. Prueba de Chi Cuadrado

Tabla 17

Prueba de Chi Cuadrado para la muestra

No.	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	EDAD	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	,050	Rechace la hipótesis nula.
2	SEXO	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	,050	Rechace la hipótesis nula.
3	Pregunta 3	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	,050	Rechace la hipótesis nula.
4	Pregunta 4	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	,050	Rechace la hipótesis nula.

5	Pregunta 5	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	,050	Rechace la hipótesis nula.
6	Pregunta 6	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	,050	Rechace la hipótesis nula.
7	Pregunta 7	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	,050	Rechace la hipótesis nula.
8	Pregunta 8	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	,050	Rechace la hipótesis nula.
9	Pregunta 9	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	,050	Rechace la hipótesis nula.
10	Pregunta 10	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	,050	Rechace la hipótesis nula.
11	Pregunta 11	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	,050	Rechace la hipótesis nula.

Nota. Datos recopilados del SPSS

Tal como se muestra en la tabla 17 y corroborado a través del sistema SPSS, se muestra una significación asintótica, con un nivel de 0,050 deduciendo el rechazo de la hipótesis nula.

Tabla 18

Prueba del Estadístico

Estadísticos

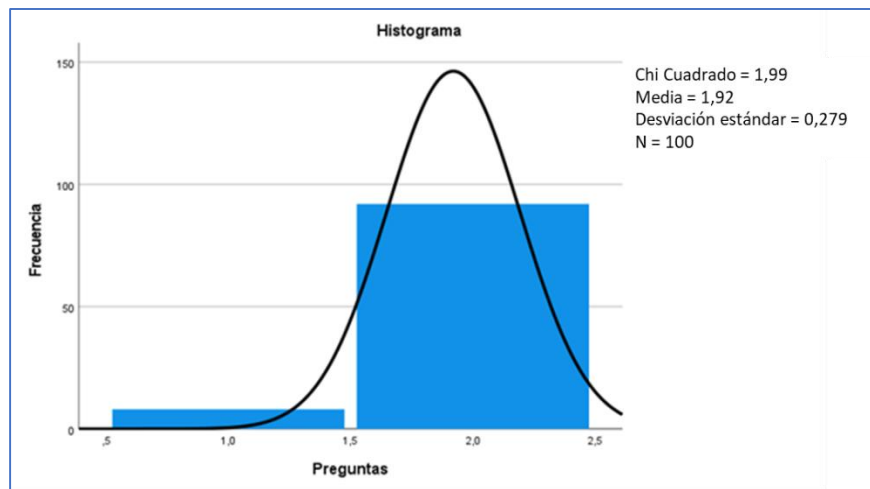
		3	4	5	6	7	8	9	10	11
N°	Válido	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Chi Cuadrado		2,77	3,56	1,00	3,84	1,81	1,52	1,29	4,14	1,92
Error estándar de la media		,156	,224	,000	,227	,039	,050	,046	,078	,027
Mediana		3,00	3,00	1,00	3,00	2,00	2,00	1,00	4,00	2,00
Moda		1	2	1	7	2	2	1	4	2
Desv. Desviación		1,563	2,244	,000	2,273	,394	,502	,456	,779	,273
Varianza		2,442	5,037	,000	5,166	,155	,252	,208	,606	,074

Curtosis	-,760	,062		-1,454	,586	-2,034	-1,140	-1,303	8,043
Error estándar de curtosis	,478	,478	,478	,478	,478	,478	,478	,478	,478
Rango	5	7	0	6	1	1	1	2	1
Mínimo	1	1	1	1	1	1	1	3	1
Máximo	6	8	1	7	2	2	2	5	2

Según los datos estadísticos suministrados por el SPSS, el Chi Cuadrado en promedio crítico alcanza $X^2 tab = 1,99$, tal como se aprecia en la figura

Figura 15

Comprobación de Hipótesis



Nota. Histograma tomado de los resultados obtenidos a través del SPSS

4.3.5. Comprobación de la hipótesis

Sobre los resultados obtenidos a través del chi cuadrado calculado y el tabulado en promedio se corrobora lo siguiente:

$$X^2 cal = X^2 tab$$

$$10,88 = 1,99$$

Por lo tanto, con un nivel de significación del 0,95% y un margen de error del 0,5; el valor crítico es de 1,99; mientras que el estadístico de prueba se ubica en 10,88, encontrándose en la zona de aceptación. En este sentido, se rechaza la hipótesis nula (H0), a favor de la alternativa (H1). A tales efectos, se deduce que tanto la variable emprendimiento, como el desarrollo productivo tienen una estrecha relación estratégica.

- **Hipótesis alternativa:** Los emprendimientos influyen en las estrategias de desarrollo productivo de CORPOAMBATO

En consecuencia, los emprendimientos son un factor clave en las estrategias de desarrollo productivo, ya que pueden contribuir significativamente al crecimiento económico sostenible y la creación de empleo. En muchos casos, los emprendedores son los encargados de generar nuevas ideas, productos y servicios que pueden impulsar la innovación y la competitividad en los sectores productivos.

Por lo tanto, las estrategias de desarrollo productivo suelen incluir medidas específicas para fomentar el emprendimiento, como programas de incubación y aceleración de empresas, financiamiento para emprendedores, capacitación y asesoramiento técnico. Además, también se busca establecer políticas que mejoren el entorno para los emprendimientos, como la simplificación de trámites y la reducción de barreras regulatorias.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

- Proponer estrategias de negocios que permitan el mejoramiento productivo en CORPOAMBATO



Estrategias de negocios que permitan el mejoramiento productivo en CORPOAMBATO

Elaborado por: Pamela Toro



Estrategias de negocio para el mejoramiento productivo

1. Diagnóstico situacional

Se realizó un diagnóstico de la situación que afecta a los emprendedores de la ciudad de Ambato, para el crecimiento empresarial, motivo por el cual acuden a CORPOAMBATO, institución encargada de ofrecer un mejor asesoramiento, con el objetivo de ayudar a las empresas a formar alianzas estratégicas con el sector tanto público como privado, siendo el comercio el principal emprendimiento en el país. Lo que se pretende es establecer estrategias, para que el organismo pueda brindar mejor atención y orientación en cuanto al desarrollo productivo, en el sector empresarial que está en la búsqueda de implementar sus propios negocios, pero no cuentan con un asesoramiento que les brinde ideas innovadoras, a fin de reducir riesgos y por ende, fracasos por desconocimiento.

A tales efectos, se estructura la misión, visión, valores de CORPOAMBATO y mediante la apreciación de los directivos, jefes y colaboradores de la institución que fueron entrevistados, así como los emprendedores encuestados, se analizaron las diferentes expectativas de los con la finalidad de implementar la matriz FODA, como un mecanismo que permita adaptarse a la realidad que se vive actualmente en tanto en el país, como el sector empresarial. En este sentido, se consideró no solo el entorno interno con sus fortalezas y debilidades, sino también el externo, con la intención de establecer las oportunidades y amenazas, que le afectan.

Posteriormente, se plantean las estrategias de negocios que permitirán mejorar el desarrollo productivo en los emprendedores de CORPOAMBATO, considerando que todo emprendimiento requiere dedicación para la organización, planificación, supervisión y control en cuanto a los procesos productivos, administrativos y financieros. Para ello, se requiere de estructuras fundamentadas por los teóricos expertos en la materia y a través de una fusión de estrategias, se presenta la propuesta denominada: Estrategias de negocios que permitan el mejoramiento productivo en CORPOAMBATO.



CORPORACIÓN
DE DESARROLLO
DE AMBATO Y
TUNGURAHUA

Estrategias de negocio para el mejoramiento productivo

2. Objetivo

Proponer estrategias de negocios que permitan el mejoramiento productivo en CORPOAMBATO

3. Misión

Figura 16

Misión de CORPOAMBATO

Promover y propiciar el crecimiento y desarrollo económico de la ciudad y la provincia mediante la participación activa y concertada de todos los actores sociales, en especial de los gobiernos locales, empresarios, universidades, dirigentes comunitarios y políticos.

Nota. Adaptado de la página oficial de CORPOAMBATO (2023)

4. Visión

Figura 17

Visión de CORPOAMBATO

La Economía Local y Provincial se encuentra en un proceso de desarrollo sostenible, respetando los criterios de equidad y sustentabilidad. CorpoAmbato se proyecta como la entidad líder y coordinadora de la gestión de proyectos productivos

Nota. Adaptado de la página oficial de CORPOAMBATO (2023)



CORPORACIÓN
DE DESARROLLO
DE AMBATO Y
TUNGURAHUA

Estrategias de negocio para el mejoramiento productivo

5. Valores

Se presentan los valores que caracterizan y definen a CORPOAMBATO como una institución dedicada al crecimiento y orientación para el desarrollo productivo de los emprendedores, siendo su público objetivo. Asimismo, permiten identificar a los actores internos que forman parte del equipo de trabajo, encargados de transmitirlo a los clientes, conservando la imagen institucional.

Figura 18

Valores de CORPOAMBATO



Nota. Valores propuesto por la investigadora



CORPORACIÓN
DE DESARROLLO
DE AMBATO Y
TUNGURAHUA

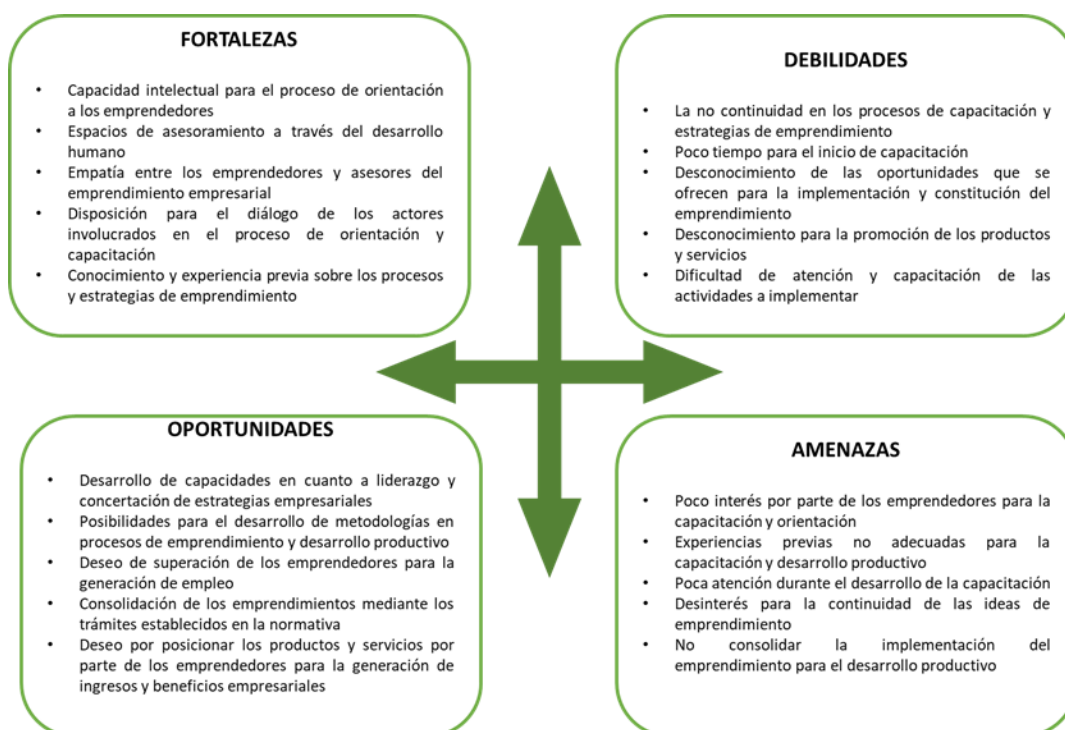
Estrategias de negocio para el mejoramiento productivo

6. Matriz FODA

A partir del análisis de los resultados obtenidos a través de la entrevista, así como de la encuesta, se priorizaron mediante una matriz FODA, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas existentes en CORPOAMBATO, con la finalidad de diagnosticar los principales aspectos potenciales en beneficio de la institución y las falencias a las cuales se debe enfrentar, para el apoyo que se brinda a los emprendedores, como mejora al desarrollo productivo. El análisis obedece a que existen emprendedores que se acercan a CORPOAMBATO, solicitando apoyo y ayuda que les oriente a formular las ideas para el emprendimiento, el cual amerita de un proceso previamente estructurado, para lograr el crecimiento y éxito esperado.

Figura 19

Matriz FODA - CORPOAMBATO



Nota. Matriz propuesta por la investigadora según diagnóstico

CORPORACIÓN
DE DESARROLLO
DE AMBATO Y
TUNGURAHUA

Estrategias de negocio para el mejoramiento productivo

7. Objetivos estratégicos

Del mismo modo, se presentan los objetivos estratégicos con la finalidad de que los emprendedores puedan alcanzar el desarrollo productivo a través de CORPOAMBATO, con un crecimiento financiero y operativo desde diferentes perspectivas, para el corto, mediano y largo plazo.

Tabla 19

Objetivos estratégicos para CORPOAMBATO

Perspectiva	Objetivo
Procesos internos	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar el desarrollo productivo • Optimizar la gestión de calidad • Ofrecer servicios posteriores al inicio del emprendimiento
Procesos de emprendedores	<ul style="list-style-type: none"> • Captar nuevos emprendedores • Determinar los potenciales clientes para los emprendedores • Posicionamiento del mercado
Procesos de innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la capacitación en los asesores • Incorporar nuevos sistemas tecnológicos • Motivar a los actores institucionales en cuanto a la eficiencia para el mejoramiento
Procesos financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar medidas para la inversión • Solicitar apalancamiento a las instituciones financieras para la reactivación económica • Diversificar políticas estratégicas para incrementar los ingresos y por ende el desarrollo productivo

Nota. Objetivos estratégicos propuestos por la investigadora



CORPORACIÓN
DE DESARROLLO
DE AMBATO Y
TUNGURAHUA

Estrategias de negocio para el mejoramiento productivo

8. Estrategias de negocio

La productividad es una relación existente, dentro de los recursos de CORPOAMBATO, en el cual se invierten en sus actividades operativas, con la finalidad de obtener beneficios y calidad en la gestión organizacional. Por tanto, partiendo de los objetivos estratégicos planteados, se establecen las estrategias fundamentadas para el mejoramiento en el desarrollo productivo de la corporación.

Tabla 20

Estrategias para los procesos internos

Perspectivas de procesos internos	
Objetivos	Estrategias
<ul style="list-style-type: none"> Incrementar el desarrollo productivo 	Planificar los procesos a través del trabajo en equipo, con ideas innovadoras aplicando el método <i>just in time</i> , para reducir costos en la gestión y pérdidas por alguna acción innecesaria.
<ul style="list-style-type: none"> Optimizar la gestión de calidad 	Conocer las necesidades y expectativas de los emprendedores, para el alcance de una ventaja competitiva
<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer servicios posteriores al inicio del emprendimiento 	Crear medios de comunicación y alianzas estratégicas con los emprendedores, con la finalidad de mantener el apoyo y orientación.

Nota. Perspectivas estratégicas propuestas por la investigadora



CORPORACIÓN
DE DESARROLLO
DE AMBATO Y
TUNGURAHUA

Estrategias de negocio para el mejoramiento productivo

Tabla 21

Estrategias para los clientes

Perspectiva de los clientes	
Objetivo	Estrategia
<ul style="list-style-type: none">• Captar nuevos emprendedores	Analizar opciones de modernización del aparato productivo para la captación de nuevos emprendedores, creando campañas publicitarias a través de redes sociales y medios tradicionales, logrando un aumento en la capacidad para la adaptación a los cambios
<ul style="list-style-type: none">• Determinar los potenciales clientes para los emprendedores	Ofrecer beneficios para lograr la fidelización de los clientes, de acuerdo a sus necesidades y expectativas, estableciendo a su vez, alianzas estratégicas con el Estado.
<ul style="list-style-type: none">• Posicionamiento en el mercado	Contemplar la expansión hacia nuevos mercados, orientar a emprendedores en todas las actividades económicas, aprovechando las diferentes oportunidades comerciales

Nota. Perspectivas estratégicas propuestas por la investigadora



CORPORACIÓN
DE DESARROLLO
DE AMBATO Y
TUNGURAHUA

Estrategias de negocio para el mejoramiento productivo

Tabla 22*Estrategias de innovación*

Perspectiva de Innovación	
Objetivo	Estrategia
<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer la capacitación en los asesores 	Establecer programas de formación y capacitación constante, a fin de que puedan adquirir nuevos conocimientos sobre el desarrollo productivo y crecimiento económico, poniendo en práctica las habilidades para la realización eficiente y eficaz de la orientación que se brinda al emprendedor.
<ul style="list-style-type: none"> Incorporar nuevos sistemas tecnológicos 	Innovar en nuevas alternativas para el mejoramiento del desarrollo productivo, donde se incorpore la tecnología, gestión organizativa y aparato productivo
<ul style="list-style-type: none"> Motivar a los actores institucionales en cuanto a la eficiencia para el mejoramiento productivo 	Establecer un entorno laboral motivador, concientizando a los colaboradores en que las responsabilidades involucran a todos los procesos de la corporación, de los cuales todos serán beneficiados, para ello, considerar la calidad laboral, planeación, organización y desempeño

Nota. Perspectivas estratégicas propuestas por la investigadora



CORPORACIÓN
DE DESARROLLO
DE AMBATO Y
TUNGURAHUA

Estrategias de negocio para el mejoramiento productivo

Tabla 23*Estrategias financieras*

Perspectivas Financieras	
Objetivo	Estrategia
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar medidas para la inversión 	Adquirir nueva maquinaria, sistemas tecnológicos y demás activos que se requieran para la reestructuración de la corporación.
<ul style="list-style-type: none"> • Solicitar apalancamiento a las instituciones financieras para la reactivación económica 	Acceder a fuentes de financiamiento bancarios, que les permita poner en marcha la nueva inversión de reestructuración de la corporación, donde ofrezcan bajas tasas de interés
<ul style="list-style-type: none"> • Diversificar políticas estratégicas para incrementar los ingresos y por ende el desarrollo productivo 	Incrementar el desarrollo productivo, contribuyendo en el posicionamiento de los productos y servicios ofrecidos hacia nuevos mercados nacionales.
<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas con el Estado 	Orientar hacia una mejor cooperación entre el sector público y privado, con la finalidad de incrementar la eficiencia, eficacia, sustentabilidad y pertinencia, en el esfuerzo operativo y financiero, para la formación de emprendedores, generadores de empleo.

Nota. Perspectivas estratégicas propuestas por la investigadora



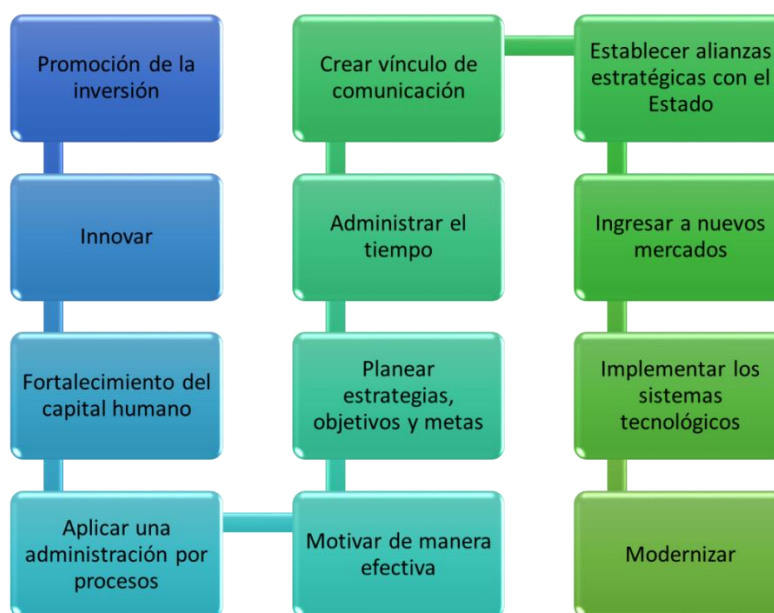
CORPORACIÓN
DE DESARROLLO
DE AMBATO Y
TUNGURAHUA

Estrategias de negocio para el mejoramiento productivo

Una vez analizado los elementos que afectan a CORPOAMBATO se consolida el plan estratégico como herramienta, que contribuya al logro de la superación de los emprendedores de la ciudad de Ambato, dadas las limitaciones existentes, producto de la crisis sanitaria y económica que se originó tanto por las políticas gubernamentales como las causadas por el COVID-19 y que aún sigue afectando a algunos sectores económicos, con estancamiento en el desarrollo productivo y que esperan de la corporación un aliado para su posicionamiento en el mercado. Por tanto, al poner en práctica las estrategias, se podrán reducir los riesgos empresariales, el mismo es aplicable a todos los sectores productivos y en todas las regiones (ver figura)

Figura 20

Estrategias de mejoramiento del desarrollo productivo para CORPOAMBATO



Nota. Estrategias de mejoramiento propuestas por la investigadora

CONCLUSIONES

Una de las características que vincula a las corporaciones dedicadas a la formación, el Estado y los emprendedores es la diversidad, por ello, son variados los mecanismos dentro de los cuales se pueden generar una alianza, donde la naturaleza inicia con los propósitos y circunstancias que las inspiran. A tales efectos, se plantean las conclusiones que dieron respuesta al objetivo, acerca de determinar los emprendimientos y las estrategias utilizadas para el desarrollo productivo de CORPOAMBATO.

- Se realizó un diagnóstico sobre el estado actual de los diferentes emprendimientos y las estrategias de desarrollo productivo en CORPOAMBATO. A este respecto, se conoció que las estrategias que se manejan para el desarrollo productivo, apoyan en la creación de la ventaja competitiva, procesos e innovación, orientados específicamente en las áreas comerciales y agropecuarias. Sin embargo, se requieren de mejores estrategias que permitan brindar una mejor orientación a los emprendedores para el crecimiento productivo, generación de ingresos, empleo y competitividad en el mercado.
- Se validaron las diferentes estrategias que se utilizan para los emprendimientos en CORPOAMBATO, constatando que se establecen alianzas estratégicas, tanto con el sector público como privado. Asimismo, se brinda asesoramiento y motivación como principales estrategias para evitar posibles fracasos empresariales, así como políticas de asesoramiento que les garantice su permanencia en el mercado. Del mismo modo, se aplican metodologías para capacitar al personal sobre el desarrollo productivo, a través de talleres, capacitación y formación continua, relacionadas con las actividades económicas para el emprendimiento.
- Por otra parte, a través de la investigación se comprobó la hipótesis mediante la prueba de CHI cuadrado, demostrando que las variables planteadas son aplicables, por cuanto se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la de trabajo, es decir, que los emprendimientos influyen en las estrategias de desarrollo productivo de CORPOAMBATO.

En consecuencia, la propuesta de estrategias de negocios que permitan el mejoramiento productivo en CORPOAMBATO, es considerada como un aporte que estaría beneficiando tanto a la corporación, como al emprendedor, el Estado y la sociedad en todos los sectores de la producción. A tales efectos, se concluye que los emprendimientos influyen en las estrategias de desarrollo productivo de CORPOAMBATO, ya que pueden impulsar la innovación, competitividad y crecimiento económico sostenible.

RECOMENDACIONES

Desde las conclusiones planteadas, se establecen las recomendaciones para CORPOAMBATO, como una herramienta que le permitirá mejorar el desarrollo productivo para los emprendedores que buscan orientación para dar inicio a nuevos emprendimientos.

- Es importante que CORPOAMBATO considere las estrategias propuestas como un mecanismo que coadyuvara en mejorar la capacitación que se le brinda a los emprendedores, contribuyendo al desarrollo productivo, de esta manera se estaría mejorando a su vez, la calidad de vida de los habitantes, fundamentado en la equidad, solidaridad y participación ciudadana. Por tanto, es de interés que la corporación considere una adecuada orientación sobre la existencia y comportamiento del

emprendedor en la sociedad, quien debe ser proactivo e innovador para enfrentar los retos que le espera en el mundo de los negocios.

- Dentro de las estrategias a considerar por CORPOAMBATO, es necesario establecer acciones que coadyuven en el mejoramiento de la institución, a fin de lograr un crecimiento efectivo en la productividad en beneficio de la comunidad y del Estado a nivel local, regional y nacional. A este respecto, es importante para la corporación, contar con los mecanismos necesarios que les permita no solo la orientación a los emprendedores, sino también, detectar de una forma rápida, las fallas que se originan al momento de tomar la decisión de emprender un negocio, de esta manera tener una preparación idónea, para enfrentar los eventuales momentos críticos
- Considerar la propuesta sobre las estrategias de negocios que le permitirán un mejoramiento productivo en CORPOAMBATO, optimizando los mecanismos de apoyo, orientado a las ideas de los nuevos emprendedores y fortaleciendo a los que ya están establecidos, pero que producto de la crisis económica y sanitaria, sus empresas se vieron afectadas. No obstante, la optimización en la calidad para el desarrollo productivo, la innovación, capacitación de los colaboradores, comunicación continua, la implementación de tecnología y establecer alianzas estratégicas con el Estado, son parte de las estrategias que se deben tomar en consideración, si lo que se espera es ser más productivos en el tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz, M. (6 de 2019). *El emprendedor de éxito*. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/2099>
- Almodovar, M. (2018). Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores claves para el resultado de la actividad emprendedora. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 36(2), 225-244. Obtenido de http://dehesa.unex.es/bitstream/10662/9758/1/CRLA_60695.pdf
- Andrade, D. (2019). Estrategias de marketing digital en la promoción de marca ciudad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 80, 59-72. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n80.2016.1457>
- Arias, F. (2017). *El Proyecto de Investigación*. Caracas-Venezuela.

- Asencio, L., Burgos, R., & Campello, E. (2019). Análisis de los modelos de gestión organizacional comunitaria para un desarrollo productivo, social y económico. *Espacios*, 40(01), 5. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n01/19400105.html>
- Ballesteros, L., Silva, F., & Mena, D. (2019). Estrategias de marketing digital en empresas e-commerce: Un acercamiento a la perspectiva del consumidor. *Digital Publisher*, 5(1), 108-122. doi:<https://doi.org/10.33386/593dh.2019.5-1>
- Bastidas, A. (24 de 7 de 2020). Economía . *Crisis Mundial*, pág. 4.5.
- Bustamante, S. (6 de 2018). *Estrategia empresarial*. Obtenido de <https://doi.org>
- Camino, W. (9 de 2018). *Sostenibilidad de los emprendimientos del sector comercial de Santa Rosa, El Oro, periodo 2016 - 2018*. Tesis Maestría, Universidad de Machala, Machala, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/13314/1/TTMUACE-2018-MAE-CD00017.pdf>
- Carmona, C. (2018). ¿Cuál es la Importancia de implementar estrategias en las organizaciones. *Revista Científica Anfibios*, 1(1), 71-79. doi:<https://doi.org/10.37979/afb.2018v1n1.20>
- Carvajal, C., & Quiroz, D. (2021). Impacto de la pandemia en el área laboral del Ecuador y su influencia en la prosperidad de algunos emprendimientos. *Digital Publisher*, 6(6-1), 635-648. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.938>
- Castro. (17 de 05 de 2021). Producto Interno Bruto. págs. 17-20.
- Corporación de Desarrollo de Ambato y Tungurahua (CORPOAMBATO). (2023). *Reseña Histórica*. Obtenido de CORPOAMBATO: <https://corpoambato.org.ec/>
- Díaz, L., García, U., & Martínez, M. (2016). Metodología de la investigación: La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación*, 2(7), 162-167. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009
- Ecuador. (7 de 2019). *ministerio de Economía*.
- Fabriccio, G. (3 de 5 de 2018). *Gestión de RR.HH del personal de planta*. Obtenido de <https://www.gestion.org/economia-empresa/3359/factores-economicos-en-la-empresa/>

- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2020). *Global Report 2019 / 2020*. BAISON. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- Google Maps. (2023). *Mapa de ubicación*. Obtenido de Google maps: <https://www.google.com/maps/place/CorpoAmbato/@-1.2428069,-78.631322,17z/data=!4m6!3m5!1s0x91d38105257f753f:0x>
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). McGraw-Hill. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/31845677_BOOK_Metodologia_de_la_investigacion_R_Hernandez_Sampieri_C_Fernandez_Collado_P_Baptista_Lucio
- Intriago, L., & Sánchez, E. (9 de 10 de 2019). *Sistemas productivos locales como elemento dinamizador en el mercado laboral del sector textil en el provincia de Tungurahua*. Tesis Maestría, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30292/1/567%20O.E..pdf>
- Jurado, I. (2022). Emprendimiento rural como estrategia de desarrollo territorial: una revisión documental. *ECONÓMICAS CUC*, 43(1), 257-280. doi:<https://doi.org/10.17981/econcuc.43.1.2022.Org.7>
- Lassio, V. (2020). *global Monitor*. Obtenido de <https://www.espae.espol.edu.ec/gem2019/>
- López, O., Beltrán, C., Morales, R., & Cavero, O. (2018). Estrategias de marketing digital por medio de redes sociales en el contexto de las PYMES del Ecuador. *Revista de Divulgación Científica de la Universidad Tecnológica Indoamericana*, 7(2), 39-56.
- Marulanda, F., & Montoya, I. (2019). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Universidad y Empresa*, 21(36), 149-174. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1872/187258177007/html/>
- Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2019). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Revista, Universidad y Empresa*, 21(36), 149-174. Obtenido de <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>
- Paredes, A. (2017). *Estrategias de marketing digital y su influencia en el posicionamiento de la empresa MCH Grupo Inmobiliario SAC*. Tesis maestría, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú. Obtenido de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1405/1/Almonacid_Lorena_Estrategias_Marketing_Influencia_Pocionamiento.pdf

- Ramírez, R., Ríos, J., Lay, N., & Ramírez, R. (2021). Estrategias empresariales y cadena de valor en mercados sostenibles: Una revisión teórica. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVII(4), 147-161. Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/8929>
- Rincón, I., Rengifo, R., Hernández, C., & Prada, R. (2022). Educación, innovación, emprendimiento, crecimiento y desarrollo en América Latina. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII(3), 110-128. Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/index>
- Rodríguez, J. (2017). *Manual de Postgrado para la elaboración, presentación y evaluación de trabajos de investigación*. Valencia, Venezuela: Corporación ASM, C.A.
- Rodríguez, J. (2018). *Manual de Postgrado. Para la elaboración y evaluación de trabajos de investigación* (Primera ed.). Valencia, Venezuela: Corporación ASM, C.A.
- Rodríguez, J., Tagle, D., & Granados, G. (2020). Estrategias empresariales ante la COVID-19: en el caso de la industria curtidora de León, Guanajuato. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 8(22), 1-26. doi:<https://doi.org/10.22201/>
- Santa, G. (23 de 5 de 2019). *Estrategias del Milenio*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/gestion-administrativa-4-claves-para-optimizarla>
- Serrano, A., Tiuzo, S., & Martínez, M. (2019). Estrategias empresariales para una población vulnerable en Colombia. *Información tecnológica*, 30(6), 147-156. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000600147>
- Slusarczyk, M., & Morales, N. (2017). Análisis de las estrategias empresariales y de las TIC. *3C Empresas*, 5(1), 29-46. doi:DOI: <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2016.050125.29-46>
- Sornoza, D., Parrales, M., & Sornoza, G. (2018). *Fundamentos de emprendimiento*. España: 3Ciencias. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=727233>
- Tapia, H., Erazo, J., & Narváez, C. (2020). Estrategias para fomentar el emprendimiento y desarrollo empresarial; Caso. Universidad Católica de Cuenca. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10). Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/105/1051316032/html/>
- Thorsten, P. (7 de Junio de 2022). Oro en tiempos de crisis económica y revolución social. *Atalayar*, pág. Opinión. Obtenido de <https://www.atalayar.com/opinion/thorsten->

polleit/oro-tiempos-crisis-economica-revolucion-social/20200607092110134556.html

Villabuena, F. (2022). *Metodología de la investigación* (Primera ed.). México: Klik Soluciones Educativas, S.A. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6e-KEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=METODOLOGIA+DE+LA+INVESTIGACION&ots>

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

Entrevista dirigida a Directores, Jefes de áreas y colaboradores de CORPOAMBATO
Objetivo: Determinar los emprendimientos y las estrategias utilizadas para el desarrollo productivo de CORPOAMBATO
Instrucciones
<ul style="list-style-type: none">• Señalar con una “X” la respuesta al ítem que usted considere correcto.• La encuesta es de forma confidencial y no será utilizada, para ningún otro propósito distinto, a la investigación que se está realizando.
1. ¿Cuál es el objeto principal que desempeña la empresa? _____ _____
2. ¿Cómo se manejan las estrategias para el desarrollo productivo?

<hr/> <hr/>
3. ¿Cuáles son los emprendimientos ofrecidos por la institución? <hr/> <hr/>
4. ¿Cómo ha sido la influencia del emprendimiento para el desarrollo productivo? <hr/> <hr/>
5. ¿De que manera el COVID-19 afectó a la empresa? <hr/> <hr/>
6. ¿Qué tipo de estrategias de mercado maneja la empresa para apoyar los emprendimientos? <hr/> <hr/>
7. ¿Qué metodologías aplica la empresa para capacitar al personal sobre el desarrollo productivo? <hr/> <hr/>
8. ¿Cómo se maneja se maneja el desarrollo productivo en la localidad? <hr/> <hr/>
9. ¿Cuál debería de ser el apoyo del Estado en el desarrollo productivo? <hr/> <hr/>
10. ¿Cómo califica la propuesta de un plan de negocios para los emprendimientos basados en estrategias de desarrollo productivo? <hr/> <hr/>

Anexo 2. Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO 
Cuestionario dirigido a los emprendedores asociados a CORPOAMBATO
Objetivo: Determinar los emprendimientos y las estrategias utilizadas para el desarrollo productivo de CORPOAMBATO
Instrucciones
<ul style="list-style-type: none">• Señalar con una "X" la respuesta al ítem que usted considere correcto.• La encuesta es de forma confidencial y no será utilizada, para ningún otro propósito distinto, a la investigación que se está realizando.
1. Indique su sexo <p style="text-align: center;">Femenino_____ Masculino_____</p>
2. ¿En qué rango de edad se encuentra? <p style="text-align: center;">18 – 30_____ 31 – 40_____ 41 – 50_____ 51 – 60_____ Más de 60_____</p>

3. ¿En su opinión como define el emprendimiento?

- Una empresa propia** _____
- Una idea con recursos propios** _____
- Una empresa familiar** _____
- Una empresa innovadora** _____
- Independencia a nivel económico** _____
- Independencia a nivel laboral** _____

4. ¿En qué área del desarrollo productivo se ubica tu emprendimiento?

- Agropecuaria** _____
- Artesanía** _____
- Gastronomía** _____
- Venta de alimentos** _____
- Elaboración y diseño de ropa** _____
- Guardería** _____
- Servicio de limpieza** _____
- Otros** _____

5. ¿Existe relación entre tu emprendimiento y el desarrollo productivo de tu comunidad?

SI _____ NO _____

6. ¿En cuál de los siguientes factores se relaciona tu emprendimiento con el desarrollo productivo de tu comunidad?

- Mejora económica** _____
- Incremento del empleo** _____
- Mejor calidad de vida** _____
- Servicio óptimo** _____
- Mayor oferta de producto** _____
- Mayor cantidad de microempresas** _____
- Relaciones interpersonales** _____

7. ¿Cómo califica el apoyo que le brinda CORPOAMBATO a su emprendimiento?

Excelente _____ **Bueno** _____ **Regular** _____ **Malo** _____

8. ¿Considera que CORPOAMBATO brinda oportunidad de desarrollo productivo a todos los emprendedores que así lo requieren?

SI _____ **NO** _____

9. ¿Considera que CORPOAMBATO cuenta con las estrategias de emprendimiento adecuadas?

SI _____ **NO** _____

10. ¿Cuál de los siguientes factores considera que afectan su emprendimiento en el desarrollo productivo?

Leyes _____

Falta de recursos _____

Poco conocimiento _____

Desconocimiento _____

Poca capacitación de sus colaboradores _____

Falta de estrategias de emprendimiento _____

11. ¿Cómo considera usted el diseño de un plan de negocios en CORPOAMBATO como estrategia para fortalecer el desarrollo productivo?

Excelente _____ **Bueno** _____ **Regular** _____ **Malo** _____

Gracias por su colaboración

Anexo 3. Cuadro de Operacionalización de Variables

Tabla 24

Operacionalización de variables

TEMA: LOS EMPRENDIMIENTOS Y LAS ESTRATEGIAS DE DESARROLLO PRODUCTIVO DE CORPOAMBATO				
Objetivo General: Determinar los emprendimientos y las estrategias utilizadas para el desarrollo productivo de CORPOAMBATO				
Variable Independiente: Emprendimiento				
Concepto	Categoría	Indicadores	Cuestionario	Técnicas
Según lo expresa Marulanda y Montoya (2019) un emprendimiento se caracteriza como la idealización para la creación de un negocio, que se origina desde los enfoques de las pymes que son las pequeñas y medianas empresas. Se convierte en un privilegio que puede abrir nuevas ideas tanto creativas, como innovadoras para el producto o servicio, ya que tienen diversos puntos de vista a nivel comercial	Emprendedor	Estudio sociodemográfico	Pregunta 1 Pregunta 2	Encuesta
		Conocimiento del emprendimiento	Pregunta 3	
		Ubicación del emprendimiento en la actividad económica	Pregunta 4	
		Relación del emprendimiento con el desarrollo productivo	Pregunta 5	
		Factores del emprendimiento con el desarrollo productivo	Pregunta 6	
		Calificación del apoyo que brinda CORPOAMBATO	Pregunta 7	
		Oportunidad de desarrollo productivo	Pregunta 8	
		Estrategias de emprendimiento	Pregunta 9	
		Factores que afectan el emprendimiento para el desarrollo productivo	Pregunta 10	

		Diseño de un plan de negocios como estrategia para el desarrollo productivo	Pregunta 11	
Variable Dependiente: Estrategias de desarrollo productivo				
Concepto	Categoría	Indicadores	Guía de Entrevista	Técnicas
Las estrategias están caracterizadas como procedimientos dispuestos para tomar decisiones y accionar ante determinados escenarios, que buscan el alcance de objetivos y metas empresariales. Del mismo modo, permite anticipar la conducta de los competidores, determinando acciones y organización de recursos para ejecutar los planes, se deben formular de acuerdo con el ambiente tanto interno, como externo en lo que compita la empresa (Slusarczyk & Morales, 2017).	Directores, Jefes de áreas y colaboradores de CORPOAMBATO	Objeto principal que desempeña la empresa	Pregunta 1	Entrevista
		Estrategias para el desarrollo productivo	Pregunta 2	
		Emprendimientos ofrecidos por la institución	Pregunta 3	
		Influencia del emprendimiento para el desarrollo productivo	Pregunta 4	
		Afectación del COVID-19 a las empresas	Pregunta 5	
		Estrategias de mercado que maneja la empresa para apoyar los emprendimientos	Pregunta 6	
		Metodologías de capacitación al personal sobre el desarrollo productivo	Pregunta 7	
		Desarrollo productivo en la localidad	Pregunta 8	
		Apoyo del Estado para el desarrollo productivo	Pregunta 9	
		Propuesta de un plan de negocios para los emprendimientos basados en estrategias de desarrollo productivo	Pregunta 10	

Nota. Operacionalización de variables establecida por la investigadora

Anexo 4. Matriz de Consistencia

Tabla 25

Matriz de Consistencia

Tema: Los Emprendimientos y las Estrategias de Desarrollo Productivo de CORPOAMBATO		
Formulación del Problema	Objetivos	Hipótesis
Problema General	Objetivo General	Hipótesis Alternativa
¿Cómo los emprendimientos influyen en las estrategias de desarrollo productivo en Corpoambato?	Determinar los emprendimientos y las estrategias utilizadas para el desarrollo productivo de CORPOAMBATO	Los emprendimientos influyen en las estrategias de desarrollo productivo de CORPOAMBATO
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Nula
¿Cómo determinar los diferentes emprendimientos y las estrategias de desarrollo productivo en CORPOAMBATO?	Diagnosticar el estado actual de los diferentes emprendimientos y las estrategias de desarrollo productivo en CORPOAMBATO	Los emprendimientos no influyen en las estrategias de desarrollo productivo de CORPOAMBATO
¿Cómo identificar las diferentes estrategias que se utilizan para los emprendimientos en CORPOAMBATO?	Validar las diferentes estrategias que se utilizan para los emprendimientos en CORPOAMBATO	
¿Cómo mejorar el desarrollo productivo en CORPOAMBATO para una mejor atención a los emprendedores?	Proponer estrategias de negocios que permitan el mejoramiento productivo en CORPOAMBATO	

Nota. Matriz de consistencia establecida por la investigadora

