



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

TÍTULO:

**ESTRATEGIAS DE GENERACIÓN DE UNIDADES DE NEGOCIOS
EN LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA RURAL, UN ESTUDIO EN EL
CANTÓN GUANO.**

AUTOR:

Andrea Micaela Vizueta Romero

TUTOR:

Ing. Dante Ayaviri. PhD

AÑO

2022

INFORME DEL TUTOR

Yo, Dr. Dante Ayaviri Nina en mi calidad de tutor certifico que la investigación realizada por la Sta. Andrea Micaela Vizuela Romero, cumple con los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Chimborazo y la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, para que pueda ser expuesta al público luego de ser evaluada por el Tribunal designado por la comisión.

Riobamba,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Dante Ayaviri Nina', written over a horizontal line.

Dr. Dante Ayaviri Nina PhD.

TUTOR



CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal revisan y aprueban el informe de investigación, con el título, **ESTRATEGIAS DE GENERACIÓN DE UNIDADES DE NEGOCIOS EN LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA RURAL, UN ESTUDIO EN EL CANTÓN GUANO**. Trabajo de investigación de la Carrera de Ingeniería Comercial, aprobado a nombre de la Universidad Nacional de Chimborazo por el siguiente tribunal examinador de la estudiante **ANDREA MICAELA VIZUETA ROMERO** y dirigido por el **Dr. Víctor Dante Ayaviri Nina**.

Una vez revisado el informe final del proyecto de graduación escrito en lo cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite el presente ejemplar original para uso y custodio de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Para constancia de lo expuesto firman:

PhD. Dante Ayaviri.

TUTOR

10

Calificación

Firma

Mgs. Martha Romero

MIEMBRO DEL TRIBUNAL 1

9,3

Calificación

Firma

Mgs. Francisco Pérez

MIEMBRO DEL TRIBUNAL 2

9

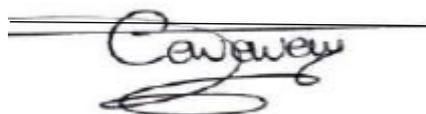
Calificación

Firma

NOTA: 9.43 (SOBRE 10)

DERECHOS DE AUTOR

Yo, **ANDREA MICAELA VIZUETA ROMERO**, con cédula de ciudadanía N° 060544946-1, soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación, y los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cavaway', is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

Andrea Micaela Vizuela Romero

C.I. 060544946-1

CERTIFICACIÓN

Que, **Andrea Micaela Vizuela Romero** con CC: **0605449461**, estudiante de la Carrera de INGENIERIA COMERCIAL, Facultad de **CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado “**ESTRATEGIAS DE GENERACIÓN DE UNIDADES DE NEGOCIOS EN LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA RURAL, UN ESTUDIO EN EL CANTÓN GUANO**”, que corresponde al dominio científico ADMINISTRACION y alineado a la línea de investigación CIENCIAS SOCIALES Y DEL COMPORTAMIENTO, cumple con el 5%, reportado en el sistema Anti plagio nombre del sistema, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 16 de febrero de 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Dante Ayaviri Nina', is written over a horizontal line.

Dr. Dante Ayaviri Nina

TUTOR

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios por darme la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante y poder cumplir un objetivo más. A mis padres por su gran apoyo incondicional, por sus consejos, valores y motivación constante que me ha permitido ser una mejor persona. A mis hermanos y sobrinos por apoyarme siempre, en todo momento. Los quiero mucho.

Andrea

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento principalmente a Dios por darme salud y sabiduría para culminar mis estudios.

A mis padres Fausto y Elizabeth por su amor y apoyo permanente e incondicional en cada una de las etapas de mi vida ya que han guiado mi camino siempre con sus sabias palabras que fueron de gran ayuda para poder alcanzar este logro más en mi vida

A la Universidad Nacional de Chimborazo, particularmente a la Carrera de Ingeniería Comercial, a todos los docentes que formaron parte de mi formación académica, transmitiendo sus conocimientos, experiencias y sobre todo sus valores.

A todos los docentes miembros del tribunal, por darme su tiempo al asesorarme en el desarrollo de mi proyecto de investigación, especialmente a mi tutor Dr. Dante Ayaviri Nina PhD.

Andrea

ÍNDICE

INFORME DEL TUTOR	
CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	
DERECHOS DE AUTOR	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE GRÁFICOS	
ÍNDICE DE TABLAS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I.....	14
1. MARCO REFERENCIAL.....	14
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1.1. Formulación del problema.....	15
1.2. Justificación.....	16
1.3. OBJETIVOS.....	17
1.3.1. Objetivo General.....	17
1.3.2. Objetivos específicos.....	17
1.4. Hipótesis.....	17
CAPÍTULO II.....	18
2. ESTADO DE ARTE.....	18
2.1. Antecedentes.....	18
2.2. Fundamento Teórico.....	20
2.2.1. Unidades y subunidades.....	20
2.2.2. Unidad II.....	25
CAPÍTULO III.....	31
3. MARCO METODOLOGICO.....	31
3.1. Diseño de la Investigación.....	31
3.1.1. Fase de identificación.....	32
3.1.2. Población y Muestra.....	32
3.1.3. Fase de evaluación.....	35

3.1.5. Fase de análisis	39
CAPÍTULO IV	40
4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	40
4.1. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	44
4.1.1. Planteamiento de la hipótesis.....	44
4.1.2. Cálculo de regresión lineal	45
4.1.3. Resultado de la comprobación	45
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	47
5.1. CONCLUSIONES	47
5.2. RECOMENDACIONES.....	48
6. BIBLIOGRAFÍA.....	49
7. ANEXOS.....	53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Rentabilidad.....	42
Gráfico 2 Inversión	42
Gráfico 3 Acciones	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población del cantón Guano 2010	33
Tabla 2 Parroquias que integran el cantón Guano	34
Tabla 3 Esquema de la metodología	35
Tabla 4 Resumen de procesamiento de casos	35
Tabla 5 Estadísticas de fiabilidad	35
Tabla 6 Profesionales a quienes se va a realizar la entrevista	36
Tabla 7 Esquema de la metodología	37
Tabla 8 Rentabilidad.....	41
Tabla 9 Inversión	42
Tabla 10 Acciones	42
Tabla 11 Tabla de contingencia del desarrollo al sector.....	44
Tabla 12 Tabla de contingencia de los planes en el sector agropecuario	45
Tabla 13 Codificación de las variables	46
Tabla 14 Resumen del modelo.....	47
Tabla 15 Anova.....	47

RESUMEN

El sistema productivo del cantón Guano es un conjunto estructurado de actividades agrícolas, pecuarias y en menor parte industriales establecidas por el productor. Este proyecto de investigación tiene la finalidad de determinar las estrategias de generación de unidades de negocios que contribuye en la actividad productiva rural del cantón Guano. Este trabajo se apoya en un método de investigación no experimental, ya que no se pretende manipular las variables, además, se planteó un estudio observacional, descriptivo, transversal con datos cuantitativos y cualitativos que pauta de forma ordenada y precisa, información que da respuesta a cada variable de estudio. Donde el investigador planteó la siguiente hipótesis: La organización familiar, inversión e incentivos al sector, son las estrategias de generación de unidades de negocio que contribuye en la actividad rural del cantón Guano, la cual fue aceptada. Mediante un sondeo se dio a notar que existe una inadecuada aplicación de la estrategia de generar un negocio, lograr el posicionamiento dentro del mercado y por ende lograr el desarrollo del sector, estas han estado siendo aplicadas de forma empírica por parte de las personas, que han buscado el desarrollo económico de la comunidad.

Palabras clave: unidades de negocios, actividad productiva, Guano.

ABSTRACT

The production system of the Guano canton is a structured set of agricultural, livestock and, to a lesser extent, industrial activities established by the producer. This research project has the purpose of determining the strategies for generating business units that contribute to the rural productive activity of the Guano canton. This work is based on a non-experimental research method, since it is not intended to manipulate the variables, in addition, an observational, descriptive, cross-sectional study was proposed with quantitative and qualitative data that guides in an organized and precise manner the information that responds to each study variable in which the researcher proposed the following hypothesis: The family organization, investment and incentives to the sector, are the strategies for generating business units that contribute to the rural activity of the Guano canton, which was accepted. Through a survey it was noted that there is an inadequate application of the strategy of generating a business, achieving positioning within the market and therefore achieving the development of the sector, these have been being applied empirically by people who have sought the economic development of the community.

Keywords: business units, productive activity, Guano.



Firmado electrónicamente por:
WASHINGTON
GEOVANNY ARMAS
PESANTEZ

Reviewed by:
Mgs. Geovanny Armas Pesántez
PROFESSOR OF ENGLISH
C.C. 0602773301

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador la necesidad de percibir ingresos económicos y sentirse como parte del desarrollo de la economía del país, ha originado que existen nuevas oportunidades de negocio en las zonas rurales. El desarrollo de las zonas rurales abarca un conjunto de fenómenos sociales, culturales, políticos como económicos, los mismos que afectarán directamente a la hora de generar un negocio (North, 2008).

Pero para la creación de estos negocios muchos de ellos deben ser respaldados por un documento que plasme de forma simple su capital de inversión, planificación, objetivos, personas involucradas, entre otros. Todo plan se realiza de forma secuencial que consta de tareas y metas por cumplir (Valencia y Paucara, 2013).

Sin embargo, el reconocer la importancia de la agricultura y la ganadera, también hay que tomar en cuenta las intimidaciones que enfrentan la localidad rural. Considerando que las políticas internacionales como nacionales es un factor importante para sostener los progresos sociales y económicos en las zonas campestres, las poblaciones rurales necesitan organizaciones coherentes y representativas, asociaciones, sindicatos, cooperativas y partidos que defiendan sus intereses frente a agentes privados y públicos, y que para tener una voz que pese dentro del sistema de toma de decisiones de los gobiernos y dentro de la burocracia del estado (North, 2008).

El presente trabajo de investigación está enfocado en analizar las estrategias de generación de unidades de negocios en el cantón Guano para el sector rural, tomado en cuenta que el sector rural se dedica a la agricultura y la ganadería como los mayores fuentes de ingreso dentro de cada familia guaneña, para lo cual se va recolectar la información necesaria de todo los sectores rurales, esto permitirá conocer las ventajas competitivas, también permitirá conocer las amenazas que tengan a la hora de crear una unidad de generación de negocios.

Este proyecto de investigación se encuentra dividido por unidades en la cual se va a realizar la relación existente entre las estrategias de generación de negocios en la actividad productiva rural del cantón Guano. En la primera unidad se describe el problema a investigar con su respectiva justificación, como también se establece los objetivos de la investigación.

En la unidad II se analiza los antecedentes y se desarrolla la fundamentación teórica en la cual se va describir conceptos básicos y principio sobre las estrategias de unidades de negocio como también de la actividad productiva rural según varios autores, esto permitirá tener bases teóricas que aporten en el proyecto. La unidad III analiza la metodología en la investigación, establece el método, diseño, y las técnicas de investigación implementadas para la recolección de la información para luego ser analizados en el modelo estadístico aplicado para la comprobación de la hipótesis. Por último, se encontrará las conclusiones y recomendaciones de la investigación, como también la propuesta para dar solución a la problemática planteada.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las estrategias de negocios es la unión de las actividades encaminadas a alcanzar una ventaja competitiva de una empresa hacia el mercado u otras empresas competidoras, es decir, crear una oportunidad para que una sociedad sea sostenible en el tiempo y pueda posicionarse en el mercado. Para Chandler (2003) las estrategias son aquellas determinaciones de objetivos y metas de una organización a un cierto plazo de tiempo, instituir un negocio, como también la asignación de los capitales necesarios para el éxito de dichas metas.

La competitividad de los negocios, la generación de empleos y el crecimiento de los ingresos para combatir contra la pobreza rural, el manejo sostenible de los recursos naturales y la producción agroalimentaria requiere la posesión, el uso y la actualización de conocimientos, así como la capacidad para generarlo (Junta Americana de Agricultura, 2001).

El sistema productivo del sector rural son el conjunto constituido de dinanismos de agrícolas, pecuarias o industriales establecidas por un productor; al respecto Iglesias (2008) y Marquez (2016) afirman que un sistema productivo es la combinación de los medios de producción tierra, capital y fuerza de trabajo disponibles en el ecosistema y que su finalidad es el de contribuir en una estrategia que permita permanecer en el mercado.

El cantón Guano llamada también Capital Artesanal de Ecuador, desde la antigüedad ha logrado identificarse con los productos elaborados a mano, su calzado de calidad y por muchas especies de tejido lana, algodón y cabuya. Asimismo, el cantón posee mucha riqueza cultural, tradiciones y costumbres de la gente que lo habita, contribuyendo, así como la imagen de cantón turístico y artesanal del país.

Pero también es notorio que este desarrollo se da en la cabecera cantonal, Guano consta de nueve parroquias rurales que su mayor actividad productiva es la agricultura y ganadería, se podría decir que es la parte vulnerable en cuanto a la relación de desarrollo, sea productivo, de tecnificación u otros. Por lo cual se ha visto la necesidad de analizar y desarrollar los parámetros que sirvan de base para crear una unidad que permita generar negocios rentables y por ende generen fuentes de trabajo con los cuales ayudará el desarrollo del cantón y aportara en el auge de economía de nuestro país, con esto se quiere lograr potencializar la productividad de dichos sectores.

Mediante una averiguación se dio notar que existe una inoportuna aplicación de estrategias de generación de negocios que permita promover la actividad productiva en los espacios rurales del canto de Guano, y esto se ve reflejado en su desarrollo económico y social en la localidad, que es afectado por la intermediación que provoca que el comercio justo sea tan solo una utopía para los productores de las distintas actividades primarias, secundarias y terciarias del cantón.

1.1.1. Formulación del problema

¿Cuáles son las estrategias de generación de unidades de negocios que contribuye en la actividad productiva rural del cantón Guano?

1.2. Justificación

El principal interés del tema de investigación es la ausencia de exploraciones en torno a las Estrategias de Generación de Unidades de Negocios en la Actividad Productiva Rural en el cantón Guano. Las zonas rurales y su desarrollo son fuentes fundamentales del crecimiento económico de un territorio, ya sea a través de actividades comerciales como las primarias, secundarias o terciarias.

La actividad comercial relacionada a la zona rural involucra normalmente con el tratamiento o transformación de los recursos naturales para ofrecer bienes y o servicio para el consumidor, y así también satisfacer sus necesidades más básicas como alimentación, hasta sus necesidades menos trascendentales como las actividades de entretenimiento u ocio.

Al plantear el tema de estudio, el tutor conjuntamente con el estudiante pretendía dar respuestas sobre el incremento en la creación de unidades de negocios en el cantón Guano entorno a las actividades rurales como: agricultura, ganadería, turismo, etc. Que en muchas ocasiones fracasan por no ser actividades sostenibles ni rentable para los inversionistas a largo plazo.

Por ende, se han utilizado herramientas para recabar información como fuentes de información científica y gubernamental por medio del método deductivo, observación de los fenómenos de estudio en su entorno sin ningún tipo de manipulación a través del diseño de investigación no experimental, y la utilización de técnicas e instrumentos de investigación como: la entrevista y la aplicación de cuestionario que respaldan la información plasmada en la presente investigación.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

- Determinar las estrategias de generación de unidades de negocios que contribuye en la actividad productiva rural del cantón Guano.

1.3.2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico sobre las situaciones de los entornos externos e internos en la que se desarrolla el cantón Guano.
- Describir la importancia de la unidad de generación de negociación y su efecto en el desarrollo de los sectores rurales del cantón Guano.
- Identificar las estrategias que ayuden a fomentar el desarrollo del sector rural, desde su realidad y organización.

1.4. Hipótesis

H1: La organización familiar, inversión e incentivos al sector, son las estrategias de generación de unidades de negocio que contribuye en la actividad rural del cantón Guano.

H0: La organización familiar, inversión e incentivos al sector, no son las estrategias de generación de unidades de negocio que contribuye en la actividad rural del cantón Guano.

CAPÍTULO II

2. ESTADO DE ARTE

2.1. Antecedentes

Para los empresarios modernos competitivos las estrategias es el de proyectar el metodo más factible para superar la competencia, es decir el posicionarse dentro del mercado con mas margen de aceptación (Villalaz, 1999). Y según Chander (2003), las estrategias son aquellas determinaciones de objetivos y metas de una organización a un cierto plazo de tiempo, instituir un negocio, como también la asignación de los capitales necesarios para el éxito de dichas metas.

Por otro lado, la unidad de negocios tiene la intención de trabajar de forma independiente dentro del mercado de la oferta, pero de forma dependiente desde la demanda, ya que su relación directa está sujeta a los comportamientos de los mercados internos y externos y el comportamiento de la producción, intermediación y consumidor final (Malhotra, 2008). Además, están las variables competitivas de corto plazo, dictadas por el mercado, la tecnología y la trasportación o logística, quienes buscan la decisión de compra a favor de la empresa, que en muchos casos se convierte en un canibalismo comercial, donde la calidad para a otro plano más subjetivo y el precio es el que ordena el mercado (Fumás, 2007). Es ahí donde aparecen las cooperaciones u organizaciones que buscan un mercado justo (Kotler y Keller, 2012), desde esa perspectiva, las sociedades buscan una relaciones existentes entre la sociedad y las corporaciones.

Desde los principios los cambios realizados dentro del sector rural ecuatoriano, durante las últimas décadas, se ha notado una verdadera transformación tanto en el sector productivo como también en la sociedad. Según Martinez (1992) tomando en cuenta que para el desarrollo rural se debe tener una consecuencia lógica de las políticas de

desarrollo económicos como, el buen vivir, leyes agrarias, entre otras y todas cobijadas en la Constitución del Ecuador (FAMSI, 2015).

Tomando en cuenta que los emprendimientos buscan el éxito, por lo cual es fundamental trazar un camino claro y estable que permita alcanzar las metas previstas, es decir que es una herramienta que pronóstica sobre las tendencias o eventos que pueden suceder en un futuro (Roncancio, 2018). Por tanto es necesario identificar cuáles son los objetivos prioritarios para considerar la opción, para luego poder aplicar las acciones a implementar y que por ende impacte en el logro de los objetivos de la organización (AD, 2011).

Se ha identificado trabajos similares ya realizados como por ejemplo el del señor Gusñay (2017), donde enuncia que el sector productivo es una de las fuentes de emprendimiento empresarial más alta, dando a conocer el valor agregado que va a lograr que se posicione dentro del mercado de Riobamba, también manifiesta que la producción agrícola ha jugado un papel importante desde la antigüedad hasta actualidad, para la conservación de suelo preservando la biodiversidad, fomentando el desarrollo económico y social de las diferentes zonas rurales. También manifiesta Torres (2001) sobre el seguro agrícola y su efecto en la producción y en los ingresos de los productores agrícolas donde el objetivo era determinar el efecto del seguro agrícola en la producción y en los ingresos de los productores, en la cual expresa que los riesgos tanto climáticos como biológicos características principales de las naturales incontrolables los mismo que pueden ser: sequía, lluvias, heladas, granizadas.

Según Gallo (2017), la falta de convenios que aporte a la comercialización de los productos que motiven a los agricultores a que mejoren en el proceso de cultivo, sumado a esto, la intermediación también tiene su cabida, haciendo más precaria la comercialización de productos agrícolas, solo por mencionar una de las políticas que cubre el Plan Nacional de Desarrollo, Objetivo 6 (Desarrollar las Capacidades

Productivas y del Entorno para Lograr la Soberanía Alimentaria y el Desarrollo Rural Integral), en su política 6.2 hace alusión al trabajo digno, al fortalecimiento y apoyo del estado impulsando el emprendimiento, al acceso del mercado y a la asociatividad social productiva para garantizar precios justos y control de contrabando (MAGAP, 2016). Con lo que se menciona el objetivo de diseñar, plantear o desarrollar, una planificación estratégica como herramienta fundamental para establecer líneas de actuación a corto, mediano y largo plazo en la dirección de proyectos agrícolas, es primordial para establecer un posible equilibrio dentro de los mercados nacionales.

Finalmente las estrategias de generación de unidades de negocios se conocen como el conjunto de acciones encaminadas por una colectividad de forma autónoma que regularmente comparten actividades económicas para obtener éxito y rentabilidad en dichas actividades. El cantón Guano se conoce un territorio rico en fauna y flora nativa, con capacidad de producir alimentos de forma natural gracias a sus suelos fértiles. Estas dos condiciones deben esclarecer el panorama de los productores del cantón Guano, para fortalecer la productividad rural y que se integren a mercados del nivel nacional y expandiendo sus oportunidades a nivel internacional, debido a la alta calidad y frescura de sus productos.

2.2. Fundamento Teórico

2.2.1. Unidades y subunidades

2.2.1.1. Unidad I

Estrategias de generación de unidades de negocios

2.2.1.2. Subunidades

2.2.1.2.1. Estrategias

Herramienta de dirección que permite la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida la actividad de la empresa, a través de una interacción

proactiva de la organización con su entorno y el uso de procedimientos y técnicas con un basamento científico empleadas de manera repetitiva e integral (Ronda, 2021).

Esta palabra proveniente de Grecia al inicio se relacionaba con el arte de guerra y significaba un plan de alto nivel para lograr uno o más objetivos en condiciones de incertidumbre (Slusarczyk y Morales, 2016).

2.2.1.2.2. Importancia de una unidad de generación de negocios

Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor (Osterwalder y Pigneur, 2019). Uno de los procesos más importantes para la iniciación de una empresa o de un emprendimiento es la selección adecuada de la idea del negocio (Mariño, 2016).

En el ámbito de la administración una estrategia debe ser planificada en base a las metas y objetivos de las organizaciones a largo plazo (Sainz, 2017). En el ámbito de los negocios las estrategias competitiva o cooperativa de ventas hacen que las empresas cumplan con sus metas y objetivos (Jeomhong y Junyeon, 2019); cabe recalcar que existen diversos tipos de estrategias como las estrategias de financiamiento de proveedores de bajo costo, estrategia de inversión en activos pesados de alto rendimiento y crecimiento continuo de la estrategia de inversión en I + D (Yueliang, 2019). Todo tipo de estrategias que se empleé en los negocios tiene un fin común que es el crecimiento de las empresas a nivel nacional como internacional (Rui y Silveira, 2019).

2.2.1.2.3. Contenido de las estrategias

La estrategia en las empresas se asocia con la planificación financiera de largo plazo (Tarziján, 2018); es decir que puede ser entendida como una visión del futuro que establece cual es la posición que se desea para la organización (Contreras, 2013), para lo cual debe estar constituida de la siguiente información:

Alcance: para el dominio empresarial son todos los productos y objetivos que se quieren lograr (Edoh y Hagen, 2010).

Asignación de los recursos: son la esencia de las empresas, se encuentran distribuidos en recurso materiales, tangibles y agotables (Salim, Abdul y Musa, 2018).

Ventaja competitiva: En la competencia de mercado la ventaja competitiva se refiere, si la ventaja competitiva es fuerte, la empresa vivirá; si la ventaja competitiva es débil, la empresa morirá (Zhong, 2013). En otras palabras, se refiere al valor agregado que le permite destacarse de las distintas empresas o de los productos, también se puede decir que es la característica de la empresa que le diferencia de la competencia (Di Pasqua, 2008) .

2.2.1.2.4. Etapas de una estrategia

De acuerdo a (Limas, 2011) el proceso estratégico es más que solo un grupo de reglas para seguir. Es un enfoque filosófico para el negocio. La gerencia tiene que pensar primero estratégicamente, después aplicar ese pensamiento a un proceso. Las cinco etapas del proceso son:

- La fijación de metas u objetivos
- El análisis
- Formulación de la estrategia
- Implementación de la estrategia
- Evaluación y control

2.2.1.2.5. Segmentación de mercado

El bloque de segmentos de mercado define los diferentes grupos de personas u organizaciones que a la cual una empresa apunta a alcanzar y servir. Los clientes son el Corazón de toda empresa. Para satisfacer más eficientemente a estos, la empresa los agrupa en segmentos con características comunes. La empresa debe estar muy clara con

respecto a que segmentos de mercado sirve y cuales ignorar, una vez hecho esto se puede diseñar de manera cuidadosa partiendo de una clara comprensión de las necesidades específicas del cliente (Osterwalder y Pigneur, 2019).

La segmentación de mercados divide un mercado poblacional en grupos de consumidores con necesidades y características homogéneas para poder ofertarles bienes y servicios enfocados a la oferta de la empresa. Este tipo de estudios analizan las características de cada segmento para que los investigadores, los emprendedores, los administradores de empresas, los mercadólogos y los publicistas diseñen planes a la medida, en función de la identificación de los rasgos de consumo (Soto, Tamayo y Almanza, 2017).

2.2.1.2.6. Propuesta de valor

En esencia, la propuesta de valor es una promesa diferencial enfocado a los clientes que va a guiar en el desarrollo de producto, el posicionamiento convierte la propuesta de valor en ubicaciones en las mentes de los diferentes arquetipos de los clientes y los mensajes traducen estos posicionamientos en argumentos e historias que sirvan de base a la generación de contenidos. La propuesta de valor describe cómo se va a crear valor para el cliente, un valor que será entregado a estos y parcialmente capturado por la empresa mediante el modelo de negocio (Matarranz, 2017).

La propuesta de valor es una estrategia empresarial que se utiliza para transmitir las ventajas que los productos o servicios ofrecen a los clientes. En otras palabras, es lo que diferencia a una empresa de sus competidores (Da Silva, 2021). La propuesta de valor se puede dividir en dos grandes grupos:

Cuantitativa: se refiere al precio o a la eficiencia del producto o servicio.

Cualitativa: destaca la experiencia y los resultados que el producto produce.

Para diseñar la propuesta correctamente se debe partir del perfil de audiencia definido previamente, y enfrentar por un lado, lo que busca la audiencia:

- Las necesidades (objetivos) de la audiencia con los productos.
- Lo que significa éxito para el cliente, con argumentos para potenciarlo, o bien
- Lo que significa fracaso, con propuestas para eliminar estas frustraciones (Elóstegui, 2017).

2.2.1.2.7. Canales de distribución

Un canal de distribución permite satisfacer una necesidad del cliente mediante la disponibilidad de un producto o servicio, acortando las distancias y disminuyendo los tiempos de respuesta (Acosta, 2017).

Además, promueven las economías de escala, ya que todos los miembros del canal tienen oportunidad de crecer. También ejercen una influencia directa en la fijación de precios para los productos (Acosta, 2017).

2.2.1.2.8. Relaciones con clientes

El módulo correspondiente a las relaciones con los clientes es clave para el éxito de la empresa, ya que define cómo se vinculará el consumidor con el producto o servicio. Se define el cómo se va a atraer, preservar e incrementar la cartera de clientes. El vínculo con los clientes se fundamenta sobre un canal específico, así que previamente se debe haber rellenado los bloques de propuesta de valor, segmentos de clientes y canales (Zambrano, 2021).

2.2.1.2.9. Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas son fundamentales para todo tipo de negocio y empresa, dado que pueden funcionar para la adquisición de clientes o para complementar la oferta de tus productos o servicios. Los emprendedores por lo general cuentan con poca trayectoria, sobre todo los novatos, por lo cual al momento de negociar una alianza puede ser un punto difícil (Correa, 2017).

Las alianzas estratégicas para un país en vía de desarrollo, como lo es Ecuador, permiten a todos los ciudadanos disfrutar de un mejor nivel de vida, ya que los países desarrollados reflejan, buenos salarios, empresas multinacionales, y una calidad alta en el nivel de vida (Ruiz, 2011).

2.2.2. Unidad II

Actividad Productiva rural

2.2.2.1. Subunidades

2.2.2.1.1. Definición de productividad

La productividad es una medida económica que calcula bienes y servicios (Boďa y Považanová, 2019), se encuentra relacionada con la eficacia y la eficiencia (Herrera, Granadillo y Gómez, 2018). Desde otro contexto, la productividad es el uso eficiente de recursos, trabajo, capital, materiales, energía, información, entre otros, en un mofo de producción de diversos bienes y servicios (Sladogna, 2017).

En la actualidad la influencia de la implementación de las tecnologías de información contribuye al desarrollo del potencial y a la mejora de los niveles de productividad de las empresas mediante la sistematización y optimización de sus procesos (Arévalo, Acuña y Piñero, 2018). Por otro lado, la productividad es estudiada por diversas disciplinas; presenta sus orígenes en las ciencias económicas hasta la ingeniería; esta última plantea que la productividad es en gran medida para la toma de decisiones en varios niveles empresariales (Jaimes, Luzardo, y Rojas, 2018).

2.2.2.1.2. Producción agrícola

La agricultura es una actividad productiva principal en Sudamérica, que responde por una buena parte de las producciones y exportaciones de la región (Ardisana, Gaínza, Torres, & Fosado, 2018). En el proceso de producción agrícola se vislumbran los costos como una herramienta que inquieta al agricultor, quien tiene que confrontar nuevas realidades

signadas por crisis ambientales, sociales y financieras, que exigen planificar, controlar y tomar decisiones para mantener o mejorar la rentabilidad del negocio (Molina, 2017).

En el Ecuador las actividades agrícolas contribuyen a la generación de capital que permite movilizar a la industria secundaria, sin embargo, las estructuras agrarias ecuatorianas aún no alcanzan niveles que les consientan transformar sistemas agroindustriales que generen sinergia financiera y comercial (Viteri y Tapia, 2018).

En Chimborazo se reconoce a las actividades agrícolas como la fuente y principal de la disponibilidad de alimentos para consumo interno y nacional por su variada y basta producción de varios grupos tales como tubérculos, verduras y hortalizas y frutas. También se oferta alimentos de origen animal, tanto de especies mayores como menores (Peralta, Mejía y Gavidia, 2020).

De acuerdo con los datos emitidos por el MAG (2018), los productos que presentan un mayor volumen de producción a nivel de la provincia de Chimborazo son: la papa (24.540 Tm), cebolla blanca (9.824 Tm), fréjol tierno (9.120 Tm), brócoli (8.523 Tm) y el maíz suave y seco (5.458 Tm). Se puede observar además que la producción agrícola fluctúa, por lo que no presenta una tendencia clara que nos permita concluir de manera exacta. Esto se debe a la escasa planificación con la que producen los chimboracenses y a los riesgos climáticos a los que se encuentran expuestos los cultivos agrícolas (GADP Chimborazo, 2020)

En general, se ha determinado que las principales limitaciones del sector agrícola son:

- Bajos rendimientos de producción
- Escasa asistencia técnica
- Escasa planificación de la producción
- Escasos sistemas de riego tecnificados y parcelarios
- Escasa rotación de cultivos

- Falta de: espacios de comercialización, créditos agrícolas, asociatividad e infraestructura.

2.2.2.1.3. Actividades locales

Las actividades son todas aquellas tareas o labores que cada individuo ejerce diariamente como las actividades laborales, las actividades escolares, las actividades recreativas y las actividades económicas (Laza, 2018). Esta última es muy importante hoy en día, porque permite incrementar el desarrollo económico produciendo servicios para solventar las necesidades humanas (Furman, 2019).

Debido a las necesidades humanas nacen las pequeñas y medianas empresas o microempresas que abastecen mercados que no han tenido gran interés por las grandes corporaciones (Cantos, 2018); en Ecuador las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes: comercio al por mayor y al por menor, agricultura, silvicultura y pesca, industrias manufactureras, construcción, transporte, almacenamiento, y comunicaciones (Rodríguez, 2016).

En el Ecuador las principales actividades son la agricultura, explotación de petróleo, producción de bananos, producción de flores, producción de cacao, ganado vacuno, porcino, ovino y la pesca (Delgado, 2018). La provincia de Chimborazo se dedica principalmente a la agricultura, ganadería, yacimientos de plata, cobre, oro, mármol, hierro, piedra caliza y azufre, artesanías, apicultura, fabricación de tejas y ladrillos (GADP Chimborazo, 2020).

2.2.2.1.4. Características de la producción agrícolas

El objetivo principal que persigue el agricultor es la producción de suficientes alimentos y otros productos que le permitan hacer su producción de explotación viable. Por tanto, una característica fundamental de los sistemas agrícolas es su productividad, definida

como la producción por unidad de recurso utilizado, habitualmente referida a la superficie de suelo cultivado, factor limitante primario de la agricultura. Así, la productividad definida como el rendimiento de un producto utilizable por unidad de superficie puede aplicarse a los insumos naturales o artificiales como la radiación, el agua, los nutrientes o la mano de obra, que se suelen medir también por unidad de superficie. La productividad sirve además como una medida indirecta de la eficiencia con la que se usan esos insumos. En la caracterización de los sistemas agrícolas se suele usar el término eficiencia para definir cocientes entre determinados insumos y la productividad del cultivo. (Carrasco y Puente, 2017)

2.2.2.1.5. Ciclo de mejoramiento de la productividad

Se define como un proceso planificado y estructurado, que cuenta detalladamente con los cambios que deben efectuarse a los procesos productivos o sistemas que padecen de errores, permitiendo corregir y mejorar algún indicador de rendimiento en determinada empresa. Estos instrumentos además se usan para el control y seguimiento de las actividades que se desarrollarán en el proceso de mejora, al igual que la toma de decisiones estratégica ante cualquier eventualidad. Los planes de mejoramiento continuo parten de un diagnóstico general de la situación presente de una empresa, en donde los resultados de la evaluación sirven de base para la detección de mejoras (Espinosa, 2018).

2.2.2.1.6. Factores que afectan a la productividad

Una de las formas más comunes de aumentar la productividad es invertir en bienes de capital (maquinaria o informática por ejemplo) para hacer el trabajo más eficiente, manteniendo o incluso reduciendo el empleo.

Estos son los principales factores que afectan a la productividad de una empresa:

- **Calidad y disposición de recursos naturales; tierra (T):** Si una empresa o país tiene o se encuentra cerca de recursos naturales será más productiva. Tanto por el valor de

esos recursos, por no tener que comprarlos ni transportarlos desde lejos. Este factor de producción se engloba como factor tierra (T).

- **El capital invertido en la industria (K):** La cantidad de capital es un factor directo de la productividad.
- **La cantidad y calidad de los recursos humanos; labor o trabajo (L):** El número de empleados de la industria, su nivel de educación y experiencia.
- **El nivel tecnológico (A):** Cuanto mayor sea el conocimiento y nivel tecnológico mayor será la productividad. Tecnología no solo son productos mecánicos, sino procesos productivos.
- **La configuración de la industria:** El tipo de industria afectará enormemente a la productividad de una empresa. No es lo mismo la producción de trigo que de naves espaciales. La estructura de una industria viene determinada por intensidad de la competencia, competidores potenciales, barreras de entrada, productos sustitutivos y poder de negociación. Esta estructura se puede analizar mediante las cinco fuerzas de Porter.
- **Entorno macroeconómico:** La coyuntura económica influirá tanto en la demanda de productos y servicios como en la necesidad de innovación y mejorar la eficiencia. Son las fuerzas externas que van a tener un impacto indirecto sobre la organización.
- **Entorno microeconómico:** El micro entorno tiene un impacto directo en su capacidad de servir su producto o servicio al cliente final, como por ejemplo la regulación de la industria (Sevilla, 2016).

2.2.2.1.7. Análisis Macroeconómico

La macroeconomía estudia temas relacionados al análisis global de la economía. Es decir, no se centra en las dinámicas generadas entre dos agentes del mercado, sino que observa el conjunto del país (o región). La macroeconomía es útil porque permite analizar la mejor forma de conseguir los objetivos económicos de un país. La política económica es la herramienta que tienen los gobiernos para alcanzar esos objetivos como, por ejemplo,

conseguir la estabilidad en los precios, lograr el crecimiento económico, fomentar el empleo y mantener una balanza de pagos sostenible y equilibrada (Gik, 2016).

2.2.2.1.8. Análisis microeconómicos

El análisis microeconómico es un enfoque de la teoría económica que busca explicar el comportamiento de las unidades económicas (familias, empresas, estado) con respecto a la demanda y oferta de bienes y servicios para el consumo, la producción, la determinación de los precios y la interacción en el mercado (Quiroz, 2016).

El análisis microeconómico es importante para las empresas, los consumidores y el Estado. Dado que les permite tomar decisiones en base a los estudios de mercado correspondientes. Las empresas toman decisiones de oferta, teniendo en cuenta el comportamiento de compra de los consumidores, la evolución de los ingresos de las familias, los gustos y preferencias, la competencia, las medidas de política económica que toma el Estado (Quiroz, 2016).

Las familias toman decisiones de demanda, teniendo en cuenta las características de los bienes y servicios que se ofertan en el mercado, es decir si resuelven o no sus necesidades, también influye la evolución de los precios, los gustos y preferencias. El Gobierno toma decisiones reducidas en medidas de políticas económicas, en base a los comportamientos de los oferentes y demandantes en un lugar específico. Las empresas que se dedican al comercio internacional, también toman decisiones racionales de producir bienes para la exportación en base los estudios de mercado (Quiroz, 2016).

Son objetivos de la microeconomía:

- Analizar el comportamiento de las unidades económicas, respecto a la demanda, la oferta y su interacción con los mercados de bienes y servicios y de factores.
- Analizar los costos de producción y los precios de mercado.
- Analizar la evolución de los ingresos de los consumidores y la demanda.

- Investigar el comportamiento de los mercados para la toma de decisiones empresariales y también gubernamental (Quiroz, 2016).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLOGICO

En este apartado se analizaron las formas de recolección de datos, las metodologías a ser aplicadas con el fin de buscar respuestas a los objetivos planeados y construir lineamientos óptimos y rutas adecuadas dentro de la determinación de las estrategias que ayuden a la generación de las unidades de negocio dentro del cantón.

3.1. Diseño de la Investigación

Este trabajo se apoya en un método de investigación no experimental, ya que no se pretende manipular las variables, al contrario, se quiere estudiar al fenómeno, por medio de observación e instrumentos propios de la investigación, para luego ser analizados (Hernández, Collado y Baptista, 2010). El método es un procedimiento que se elige para la obtención de lo predeterminado (Raffino, 2020), y con la ayuda de la teoría y el razonamiento se pueden determinar conclusiones del estado de los emprendimientos rurales del cantón Guano. Además, se planteó un estudio observacional, descriptivo, tranversal con datos cuantitativos y cualitativos que pauta de forma ordenada y precisa, información que da respuesta a cada variable de estudio.

La observación directa, la entrevista a expertos y la encuesta a los emprendedores de la zona, bajo una muestra significativa hace que el estudio tome más relevancia, por lo que se plantea trabajar bajo fases de análisis para generar mejor entendimiento de los resultados y esto surge al involucrar distintos grupos de personas con diferentes perfiles, pero con una similar característica en cuanto a desarrollar unidades de negocio en el

ámbito de la actividad productiva rural del cantón. Por lo tanto, se define trabajar en 3 momentos esenciales los mismo que se detallan a continuación:

- Fase de identificación
- Fase de evaluación
- Fase de estudio

3.1.1. Fase de identificación

Es momento de entender el entorno donde se maneja los productores agrícolas y para ello se utilizó la encuesta como parte de una investigación descriptiva, la cual se ejecutó en el mes de agosto del año 2021. Es factible implementar este instrumento ya que fue de vital importancia identificar las actividades productivas rurales dentro de la categorización de la productividad, proceso y ámbitos económicos. Según el INEC (2010) la población ocupada por rama de actividad, tiene un 45.5% de la población del cantón, dentro de actividades como: agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, en sus 9 parroquias, desde esa perspectiva es recurrente seleccionar una muestra significativa en el escenario rural.

3.1.2. Población y Muestra

3.1.2.1. Población

Para la presente investigación se utilizó la información extraída del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del 2010, tomando en consideración al sector rural del cantón Guano.

Tabla 1: Población del cantón Guano 2010

GENERO	POBLACIÓN
Hombres	20.495
Mujeres	22.356
TOTAL	42.851

Fuente: INEC (2010).

Elaboración: Propia.

3.1.2.2. Muestra

Al conocer la población objetivo, el siguiente paso es sacar conclusiones generales de la misma, para lo cual se abstrae una muestra de tipo probabilística aleatoria simple. Se elige este procedimiento de muestreo para garantizar que cada elemento de la población tenga la misma posibilidad de ser incluido (Jacquer, 2009). Como la población no supera los 100.000 por unidad de muestra, se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * q}$$

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población = 42.851

Z= Nivel de confianza = 0,94 = 1,88

P= Probabilidad a favor = 0,5

D= Error estándar de estimación = 0,6

Q= Proporción de fracaso =0,05

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (n - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{42.851 * (1,88^2) * 0,5 * 0,5}{(0,06^2) * (42.851 - 1) + (1,88^2) * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{42.851 * 3,5344 * 0,5 * 0,5}{0,0036 * 42.850 + 3,5344 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 244$$

El total de la muestra extraída del tamaño de la población arroja un segmento de estudio de 244 habitantes a ser encuestados en las 9 parroquias del cantón Guano, en la zona rural

involucrados en actividades agrícolas y/o ganaderas, como es un territorio muy extenso se determina la siguiente distribución de aplicación de las encuestas:

Tabla 2. Parroquias que integran el cantón Guano

PARROQUIAS DEL CANTÓN GUANO	NUMERO DE ENCUESTADOS
Guanando	27
Ilapo	27
La Providencia	27
San Andrés	27
San Isidro	27
San Gerardo	27
San José de chazo	27
Santa Fe de Galán	27
Valparaíso	28
TOTAL	244

Fuente: INEC (2010).

Elaboración: Propia.

Esquema metodológico e instrumental de la fase de identificación

Tabla 3. Esquema de la metodología

Método	Técnica	Instrumento	Herramientas	Encuestador
Cuantitativo	Encuesta	Cuestionario de la encuesta	Hojas de cuestionario	Andrea Vizqueta

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

La aplicación del instrumento ayudó a diagnosticar la situación de los entornos externos e internos de la producción agropecuaria del cantón, desde esa particularidad se planteó la recolección de datos por medio de una encuesta que consta de 3 ítems de información general (preguntas cerradas) y 17 ítems de información específica (escala de Likert), VER ANEXO 3. Pero antes de ser aplicado tuvo que ser categorizada bajo una prueba de confiabilidad, para lo cual se realizó una encuesta piloto a 30 personas con los perfiles

especificados anteriormente en la parroquia de San Andrés, en el cual se determinó lo siguiente:

Tabla 4. Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido	0	0,0
	Total	30	100,0

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Tabla 5 Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,837	17

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Luego de analizar las métricas dentro de los criterios descritos se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach, el mismo que menciona que si es mayor a 0.7 debe ser aceptado (Navarro, 2017). Es así que se determina que la consistencia interna de los ítems generados en forma individual y general son buenos y están altamente correlacionados.

3.1.3. Fase de evaluación

Para dar cumplimiento al segundo objetivo, el cual busca describir la importancia de las unidades de negocio y su efecto en el desarrollo en el sector rural, es necesario contrastar cierta información que ayude a entender cuáles son las unidades de negocio que más inciden en el desarrollo del sector rural del cantón Guano. Desde esa perspectiva se toma como punto de partida, la entrevista, la misma que ayudará a identificar cuáles son los sectores productivos con más incidencia en capacitación, acompañamiento y financiamiento, para eso es necesario acudir a estamentos gubernamentales involucrados en dichas actividades.

3.1.4. Características generales de los entrevistados

Para el desarrollo de la entrevista se toma en cuantos varios perfiles dentro del ámbito público, profesionales que ayuden a dilucidar las estrategias que utilizan para apoyar el desarrollo rural en todas sus actividades, es así que se plantea preguntas semiestructuradas. Hay que tomar en cuenta, que el instrumento a utilizar pretende captar y asimilar los conocimientos del entorno desde lo técnico y de forma longitudinal (en los últimos 9 meses).

Tabla 6. Profesionales a quienes se va a realizar la entrevista

Código	Nombre del entrevistado	Ocupación	Fecha de envió del cuestionario	Fecha de realización
L001	Ing. Antonio Jaramillo	Dirección de Gestión Social del Desarrollo Económico Local del Municipio de Guano	03 / 08 / 2021	04 / 08 / 2021
L002	Ing. Hugo Ordoñez	Oficial de crédito BanEcuador	05 / 08 / 2021	05 / 08 / 2021
L003	Ing. Blanca Tayupanda	MAGAP – Guano	06 / 08 / 2021	11 / 08 / 2021

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Se debe indicar, que antes del desarrollo de esta actividad, los representantes de las instituciones antes mencionados en la tabla 6, tuvieron un tiempo de revisión y aprobación del cuestionario, así también se coordinó la fecha de encuentro, sea presencial o virtual con una duración aproximada de 45 minutos, además se firmó un acta de consentimiento de los entrevistados (ANEXO 4).

Esquema metodológico e instrumental de la fase de evaluación

Tabla 7 Esquema de la metodología

Método	Técnica	Instrumento	Herramientas	Entrevistador
Cualitativo	Entrevista	Guía de la	Grabadora	Andrea Vizqueta
	semiestructurada	entrevista	Hoja de apuntes	

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Con respecto al instrumento de recolección de datos, se utilizó la guía de la entrevista, el mismo que abordó el tema central que nos compete en la investigación, las estrategias generadoras de unidades de negocio. Además, para no tener dificultades en la recolección de la información y no sesgar los resultados, el instrumento considera ciertas variables e indicadores, las mismas que serán analizadas desde la capacitación a los productores en ámbitos de estrategias de comercialización, acompañamiento productivo y el financiamiento, esto permitirá identificar los elementos a considerar en el crecimiento de los negocios y emprendimientos del sector rural.

Guía de la entrevista:

¿Podría decirnos sus nombres, el cargo que ocupa y una pequeña introducción de su trayectoria dentro de la institución gubernamental?

- En el ámbito que nos compete, usted está informado sobre el estudio que se realiza para determinar las estrategias de generación de unidades de negocio en el cantón Guano, por favor, a continuación, le realizaremos unas preguntas, que ayudarán a entender el funcionamiento actual de la institución en los ámbitos de capacitación, acompañamiento y financiamiento a los productores rurales del sector en estudio, eso ayudara a identificar las estrategias que están siendo implementadas en los últimos 9 meses.

En el campo de la capacitación

- Que acciones se están realizando en los últimos meses dentro de la capacitación a los productores rurales y cuáles son los temas que más abordan en las mismas.
- Como generar confianza para conectar a los productores agrícolas con la institución.

- La institución busca organizar a los productores para determinar sus necesidades en el ámbito de la comercialización.
- Las capacitaciones que dictan se ven reflejados en el desarrollo de los emprendimientos.

En el campo del acompañamiento productivo

- Identifican nuevos emprendimientos en el sector.
- Dentro de la institución se desarrollan canales de apoyo para la comercialización en el ámbito rural.
- Como miden el nivel de rentabilidad del sector rural en cuanto a producción y comercialización.
- Tienen conocimiento sobre los volúmenes de venta de los productores agrícolas o de los sectores productivos rurales.
- Hay un registro continuo sobre el nivel de productividad y si lo hay que actividades desarrollan cuando hay sobreproducción o escases de productos agrícolas.

En el campo del financiamiento

- Generan o apoyan a la búsqueda de financiamiento a los emprendimientos rurales.
- Conoce el nivel de financiamiento que tiene los emprendimientos rurales del sector.
- Podría describir los resultados de la eficiencia del financiamiento que reciben los productores agrícolas de la zona.
- Desde su perspectiva el financiamiento a dado resultados para el desarrollo rural.

3.1.5. Fase de análisis

Tomando como punto de partida a los dos instrumentos antes aplicados y a sus resultados es necesario realizar una triangulación para identificar las estrategias que en verdad están siendo un aporte en el fomento del desarrollo rural desde su realidad y su organización. Para ello es necesario utilizar ciertos métodos y técnicas de análisis de datos desde el ámbito macro y micro económico.

- Realizar un diagnóstico sobre las situaciones de los entornos externos e internos en la que se desarrolla el cantón Guano.
- Describir la importancia de la unidad de generación de negociación y su efecto en el desarrollo de los sectores rurales del cantón Guano.
- Identificar las estrategias q ayuden a fomentar el desarrollo del sector rural, desde su realidad y organización.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En base a los resultados obtenidos de la encuesta efectuada a los pobladores del sector rural del cantón Guano se logró establecer que se mantiene una equidad entre el género masculino y el género femenino encuestado, los mismos que determinan que su principal actividad está regida a las labores individuales el 82% y el 10.7% están desempleados, la actividad económica de la población es de cierta manera rentable según el 46%; mientras que un 12% es indiferente y un 2% se encuentra en desacuerdo con esta afirmación. Además, consideran que se actividad económica es sustentable en el tiempo y esto sirve de ayuda ya que su volumen de producción les permite cubrir las necesidades básicas de cada familia, pero para poder lograr esa rentabilidad deben tomar acciones de inversión para cumplir su actividad, ya que el 40% tiene invertido más de 2501 dólares en sus actividades económicas; el 33% entre 2001 a 2500 dólares; el 5% posee 1001-1500 dólares y el 11% ha invertido entre 500-1000 dólares.

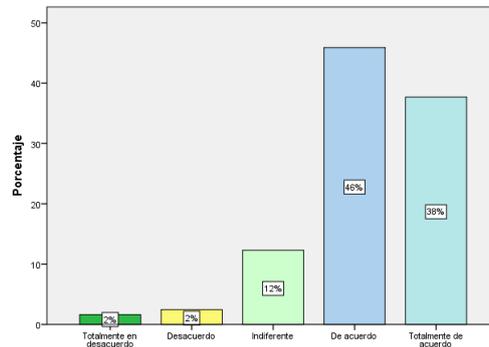
Tabla 8. Rentabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1.6	1.6
	Desacuerdo	6	2.5	4.1
	Indiferente	30	12.3	16.4
	De acuerdo	112	45.9	62.3
	Totalmente de acuerdo	92	37.7	100.0
Total	244	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Propia.

Gráfico 1. Rentabilidad



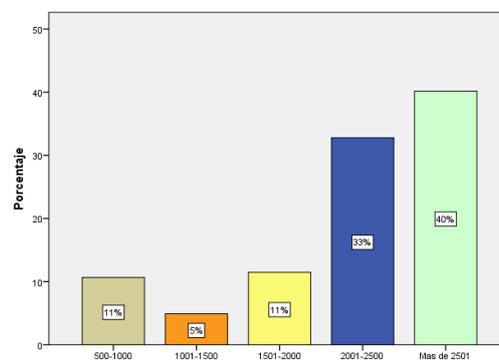
Fuente: Encuesta.
Elaboración: Propia.

Tabla 9. Inversión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	500-1000	26	10.7	10.7
	1001-1500	12	4.9	15.6
	1501-2000	28	11.5	27.0
Válido	2001-2500	80	32.8	59.8
	Más de 2501	98	40.2	100.0
	Total	244	100.0	100.0

Fuente: Encuesta.
Elaboración: Propia.

Gráfico 2. Inversión



Fuente: Encuesta.
Elaboración: Propia.

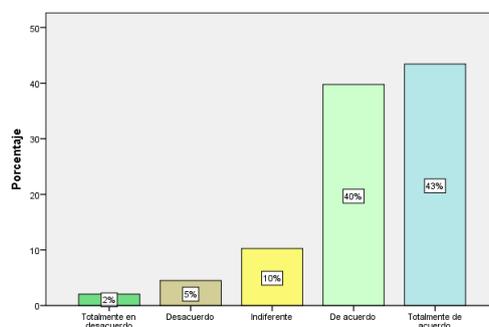
Tabla 8 Acciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	2.0	2.0	2.0
	Desacuerdo	11	4.5	4.5	6.6
	Indiferente	25	10.2	10.2	16.8
	De acuerdo	97	39.8	39.8	56.6
	Totalmente de acuerdo	106	43.4	43.4	100.0
	Total	244	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Propia.

Gráfico 3. Acciones



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Propia.

Del 40 al 43% de la población encuestada está de acuerdo en generar acciones para mejorar la situación de su actividad económica; mientras que un 10% de la población se muestra indiferente; y un 5% y 2% se encuentra en desacuerdo. Es indispensable y fundamental que toda la población realice una planificación en conjunta con entidades gubernamentales para elaborar estrategias que generen incentivos para los sectores que se encuentran establecidos o en proceso de desarrollo, además de fomentar la innovación para mejorar la calidad en los procesos de producción y así en los de sus productos, aunque esto implique que los pobladores por medio de las entidades puedan gestionar recursos ya sea a nivel nacional o internacional con el fin de poder tener acceso monetario para cumplir con sus procesos de producción. Se considera la competencia desleal al momento de comercializar sus productos como un factor que no ayuda para el

rendimiento de sus presupuestos, es por ello que dan a notar que, aunque las acciones tomadas por la institución gubernamental le han funcionado para impulsar los mercados, aun le hace falta trabajar en planes o proyectos que aparte de colaborar con incentivos deben tomar en cuenta el ámbito de los intermediarios. Para determinar un mayor grado de relatividad entre las variables se realizó las tablas de contingencias, en las cuales se relacionan dos variables que serán soporte para el tema de estudio. La relación que se realizará es: ¿Considera que su principal actividad económica está relacionada con el desarrollo de la organización familiar, inversión e incentivos al sector? Frente a ¿Considera que su actividad económica es sustentable en el tiempo?

Tabla 9 Tabla de contingencia del desarrollo al sector.

		¿Considera que su actividad económica es sustentable en el tiempo?					
		Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
¿Considera que su principal actividad económica está relacionada con el desarrollo de la organización familiar, inversión e incentivos al sector?	Totalmente en desacuerdo	0 0.0%	2 0.8%	0 0.0%	6 2.5%	3 1.2%	11 4.5%
	Desacuerdo	0 0.0%	1 0.4%	2 0.8%	2 0.8%	2 0.8%	7 2.9%
	Indiferente	1 0.4%	1 0.4%	6 2.5%	13 5.3%	12 4.9%	33 13.5%
	De acuerdo	0 0.0%	2 0.8%	6 2.5%	54 22.1%	22 9.0%	84 34.4%
	Totalmente de acuerdo	1 0.4%	2 0.8%	6 2.5%	27 11.1%	73 29.9%	109 44.7%
	Total	2 0.8%	8 3.3%	20 8.2%	102 41.8%	112 45.9%	244 100%

Fuente: Base de datos -IBM SPSS Statistics.

Elaboración: Propia.

De los encuestados el 29.9% está totalmente de acuerdo que su principal actividad económica está relacionada con el desarrollo de la organización familiar, inversión e incentivos al sector y además está totalmente de acuerdo de que esta actividad será sustentable en el tiempo. El 4.9% se considera indiferente en relación a que su principal actividad económica está relacionada con el desarrollo de la organización familiar,

inversión e incentivos al sector, pero están totalmente de acuerdo de que esta actividad será sustentable en el tiempo.

Conjuntamente se relacionará las siguientes variables: Ocupación frente a ¿Considera que a la institución gubernamental le hace falta realizar planes o proyectos que brinden incentivos para el sector agropecuario?

Tabla 10 Tabla de contingencia de los planes en el sector agropecuario.

		¿Considera que a la institución gubernamental le hace falta realizar planes o proyectos que brinden incentivos para el sector agropecuario?					
		Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Ocupación	Empleado público	2 0.8%	0 0.0%	2 0.8%	7 2.9%	7 2.9%	18 7.4%
	Empleado privado	3 1.2%	4 1.6%	21 8.6%	84 34.4%	88 36.1%	200 82.0%
	Desempleado	1 0.4%	1 0.4%	6 2.5%	1 0.4%	17 7.0%	26 10.7%
Total		6 2.5%	5 2.0%	29 11.9%	92 37.7%	112 45.9%	244 100%

Fuente: Base de datos -IBM SPSS Statistics.

Elaboración: Propia.

Los resultados muestran que 36.1% de encuestados que trabajan en el sector privado están totalmente en acuerdo en que la institución gubernamental le hace falta realizar planes o proyectos que brinden incentivos para el sector agropecuario. Asimismo, el 7% de desempleados afirman este hecho, a su vez, 2.9% de empleados públicos también.

4.1. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

4.1.1. Planteamiento de la hipótesis

H₁: La organización familiar, inversión e incentivos al sector, son las estrategias de generación de unidades de negocio que contribuye en la actividad rural del cantón Guano.

H₀: La organización familiar, inversión e incentivos al sector, no son las estrategias de generación de unidades de negocio que contribuye en la actividad rural del cantón Guano.

4.1.2. Cálculo de regresión lineal

Para comprobar la hipótesis planteada en la investigación se utilizó el método estadístico de regresión lineal, el cual consiste en analizar la relación entre dos variables. Y se realiza a través del siguiente calculo:

$$Y(t) = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + \dots + \epsilon$$

Una vez establecida la fórmula de regresión lineal es necesario establecer el criterio estadístico mediante el cual se acepta o rechaza la hipótesis; en este caso se asume que si la probabilidad es más de un 5% (0,05) debemos rechazar la hipótesis y favorecer la hipótesis alterna (H1).

Rechazo H₀ = Si la significancia es > 0,05

Aceptación H₁= Si la significancia es ≤ 0,05

4.1.3. Resultado de la comprobación

H1: La organización familiar, inversión e incentivos al sector, son las estrategias de generación de unidades de negocio que contribuye en la actividad rural del cantón Guano.

Tabla 11 Codificación de las variables

Variable dependiente	Variable analizada	Código
Actividad rural	¿Cree que las acciones tomadas por la institución gubernamental para impulsar los mercados agropecuarios son suficientes?	Relación
Variable independiente	Variable analizada	Código
Organización familiar	¿Considera usted que el ingreso por volumen de producción cubre las necesidades básicas de su familia?	Ingreso_volumen
	¿Considera que su principal actividad económica está	Desarrollo_familiar

	relacionada con el desarrollo de la organización familiar, inversión e incentivos al sector?	
Inversión	¿Cuánto dinero ha invertido en su actividad económica? ¿Genera acciones (como inversiones) para mejorar la situación de su actividad económica?	Invertido_actividad_economica Generar_acciones
Incentivos	¿Ha sido participe de incentivos otorgados por parte de entidades públicas o privadas?	Participe_incentivos

Fuente: Base de datos -IBM SPSS Statistics.

Elaboración: Propia.

Regresión lineal:

$$Y \text{ (relación)} = B0 + B1 \text{ (Ingreso_volumen)} + B2 \text{ (Desarrollo_familiar)} + B3 \text{ (Invertido_actividad_economica)} + B4 \text{ (Generar_acciones)} + B5 \text{ (Participe_incentivos)} + \epsilon$$

Tabla 12 Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error tip. De la estimación
1	0.717	0.515	0.504	0.69685

Fuente: Base de datos -IBM SPSS Statistics.

Elaboración: Propia.

La tabla muestra resultados en R en un 71.7%, y su grado de dependencia de R² es de 51.5% lo que muestra que las variables se relacionan significativamente. Existe una relación importante entre las variables dependiente: actividad rural e independientes: organización familiar, inversión e incentivos, es decir que al alterarse una de ellas puede afectar a la otra.

Tabla 13 Anova

Modelo	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F.	Sig.
Regresión	122.492	5	24.498	50.450	0.000
Residual	115.573	238	0.486		
Total	238.066	243			

Fuente: Base de datos -IBM SPSS Statistics.

Elaboración: Propia.

En la tabla anova está representado por 0.000, lo que muestra la aceptación de la hipótesis y rechaza la alternativa. Por lo cual se afirma que la organización familiar, inversión e incentivos al sector, son las estrategias de generación de unidades de negocio que contribuyen y afectan de forma significativa en la actividad rural del cantón Guano.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Se ha podido comprobar por medios de las derivaciones estadísticas que la organización familiar, inversión e incentivos al sector, son las estrategias de generación de unidades de negocio que afectan en la actividad rural del cantón Guano. La intermediación es un factor negativo para los productores ya que son los que imponen el precio e impiden una comercialización justa de los productos, y al no estar organizados como asociaciones no se puede lograr una mejor capacitación para ofertar sus productos.
- La importancia de crear una unidad estratégica de negocios permite definir cuidadosamente los proyectos de una forma independiente, además, se puede analizar todas las oportunidades de rentabilidad y de crecimiento de la organización, la misma que permitirá que el proyecto sea competitivo y viable en el mercado.

- La ausencia de estrategias para la comercialización hace que los productores no cuenten con un centro de acopio y se organice la venta de sus productos, esto lleva que no cuenten con estrategias como: una buena base en cuanto a sus ingresos y gastos para poder acceder a créditos, controlar su presupuesto y su producción de una manera ordenada y finalmente asociar al sector agrícola y ganadero del cantón para su desarrollo y ensanchamiento de sus actividades a mercados externos.

5.2. RECOMENDACIONES

- Promover la ampliación del tema de investigación en torno a conocer el desarrollo de las unidades de negocios creados en el cantón Guano, basado en actividades rurales y su sostenibilidad en el mercado a través del tiempo.
- Las asociaciones, sindicatos y otras agrupaciones públicos y gubernamentales deberían organizar a sus pobladores para poder trabajar de manera conjunta en la construcción de centro de acopio de productos más producidos de la zona, para así fortalecer su comercialización.
- Incentivar a través de los medios de difusión la importancia de la investigación en materia de agricultura por una producción agroecológica sin el uso excesivo de fertilizantes o mal uso de agua, que provoca el deterioramiento de las zonas rurales en el cantón de Guano.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, A. (2017). Canales de distribución. *AREAANDINA*, 10.
- AD. (2011). *Iberroonline*. Obtenido de Conceptos de visión y estrategia: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MAP/MAPD-02/UNIDADES_DE_APRENDIZAJE/UNIDAD_1/LECTURAS/Vision_y_mision_de_una_empresa.pdf
- Ardisana, E., Gaínza, B., Torres, A., & Fosado, O. (2018). AGRICULTURA EN SUDAMÉRICA: LA HUELLA ECOLÓGICA Y EL FUTURO DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, 1(5), 23-27.
- Arenal Laza, C. (2018). *Presupuestos y contabilidad básica de la actividad comercial*. Recuperado el 8 de Julio de 2021, de <https://books.google.es/>
- Arévalo AVECILLAS, D., Nájera ACUÑA, S., & Piñero, E. (2018). La Influencia de la Implementación de las Tecnologías de Información en la Productividad de Empresas de Servicios. *Información tecnológica*. 29(6), 199-212.
- Baque Cantos, M. (2018). Microempresas en el Ecuador: Caso ciudad de Manta. *Ciencias Económicas*. 4(1), 619-632.
- Bembibre, C. (2011). Definición de producción Agrícola. Ecuador : ABC. Obtenido de: <https://www.definicionabc.com/>
- Bod'a, M., & Považanová, M. (2019). Productivity patterns in Europe: adaptation of the Malmquist index to measuring group performance and productivity change over time. *Empirica*, 47(1), 949-989.
- Carrasco, V., & Puente, M. (2017). Proyecto socio productivo de riego y su incidencia en la producción agrícola en el cantón Guano caso Pulinguí. *Caribeña de Ciencias Sociales*, 4(1), 619-632.
- Certo, S. (2005). *Administracao estrategica: planejamento e implentacao de estrategia* (Vol. 2). Sao Paulo: Pearson Preatice Hall.
- Contreras, E. (2013). Pensamiento y gestión como fundamento de planeación estratégica. *Pensamiento y Gestión*, 35(1), 152 – 181.
- Contreras Sierra, E. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento y Gestion*, 35(1), 10-15.
- Correa, D. (2017). *Alianzas Estratégicas: ¿Qué son? y ¿Cómo pueden beneficiarme?* Recuperado de: <https://escuela-emprendedores.alegra.com/>
- Da Silva, D. (2021). Modelo Canvas de relación con el cliente: qué es y cómo funciona: Recuperado de: <https://www.zendesk.com.mx/>
- Del Prado, L. (2008). *Aula Marketing*. Obtenido de <https://aulamarketing.net/concepto-de-uen-unidad-estrategica-de-negocio>

- Di Pasqua, D. (2008). La empresa y como diferenciarse de la competencia. Las Relaciones Públicas y su valor agregado, *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, 9(1), 1-13.
- Edoh, A., & Hagen, D. (2010). The scope trials: Variation in sensitivity to scope and WTP with directionally bounded utility functions. *JOURNAL OF ENVIRONMENTAL ECONOMICS AND MANAGEMENT*, 59(3), 293-301.
- Elóstegui, T. (2017). *Cómo definir la propuesta de valor para tus clientes*. Recuperado de: <https://tristanelosegui.com/2017/05/16/como-definir-la-propuesta-de-valor-para-tus-clientes/>
- Espinosa, S. (2018). *Plan de mejoramiento continuo para la productividad de las empresas Bananeras Oro banana y Banaplast*. Machala: UTMACH.
- Fontalvo Herrera, T., Hoz Granadillo, E., & Morelos Gómez, J. (2018). Productivity and its factors: impact on organizational improvement. *Dimensión empresarial*, 16(1), 47-60.
- Furman, L. (2019). Assessment Of Economic Activity In Poland In The Light Of Selected Tax Revenues. *Economic Science For Rural Development*, 52(1), 1-7.
- GADP Chimborazo. (2020). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. Recuperado de: <https://chimborazo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/1.-PDOT-Provincial.pdf>
- Gallo, D. (2017). Diseño de una propuesta de planificación estratégica para el desarrollo de proyectos agrícolas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Santiago cantón San Miguel, Provincia Bolívar. Quito: UCE .
- Garrido , F. (2008). Pensamiento y dirección estratégicos emprendimientos, comunicación y marketing, Gestión de marca contabilidad y control de gestion, gestion estratégica. España: Printed in Spain.
- Gik, S. (2016). *Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/macroeconomia.html>
- Gusñay, A. (2017). El sector productivo en la parroquia de Flores y su aporte al emprendimiento empresarial del cantón Riobamba durante el periodo 2015-2016. Tesis. UNACH. Riobamba, Ecuador.
- Helvia. (2000). *Estrategias, Organización y Negocios*. Obtenido de <https://www.inf.utfsm.cl/~lheviasignaturas/sdeg/topicos/Gestion/cap1pdf.pdf>
- Jaimes, L., Luzardo, M., & Rojas, M. (octubre de 2018). Factores Determinantes de la Productividad Laboral en Pequeñas y Medianas Empresas de Confecciones del Área Metropolitana de Bucaramanga, Colombia. *Información tecnológica*. 29(5), 175-186.

- Jeomhong, Yy Junyeon, M. (2019). The moderating effect of buyer purchasing strategy on the relationship between supplier transaction-specific investment and supplier firm performance, *Journal of Business Research*, 99(1), 516 – 523
- JUNTA INTERAMERICANA DE AGRICULTURA. (2001). *Estado actual y perspectivas de la agricultura y el desarrollo rural*. REPUBLICA DOMINICANA: IICA.
- Kotler, P.& Keller, K. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson Education.
- Mariño, W. (2016). El proceso de generación de ideas innovadoras para emprendimiento. *Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador*, 6(2), 151-157.
- Matarranz, A. (2017). *Propuesta de valor- posicionamiento*. Recuperado de: <https://conversisconsulting.com/2017/06/04/propuesta-de-valor-posicionamiento-mensajes-las-etapas-en-la-construccion-y-la-comunicacion-del-valor-1/>
- Molina Paredes, O. R. (2017). Rentabilidad de la producción agrícola desde la perspectiva de los costos reales: municipios Pueblo Llano y Rangel del estado Mérida, Venezuela. *Vision Gerencial*. 2(1), 217-232.
- Nieto, C. (2008). *Nota de Análisis Sectorial Agricultura y Desarrollo Rural*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/ak168s/ak168s00.pdf>
- North, L. (2008). El desarrollo rural: sine qua non del desarrollo nacional, *Revista del Centro Andino de Estudios Internacionales*, 8, (2), 1390 – 1532.
- Osterwalder , A., & Pigneur, Y. (2019). *Generacion de modelos de negocio*. Tim clark.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2019). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: DEUSTO.
- PQS. (2020). *LA VOZ DE LOS EMPRENDEDORES*. Obtenido de <https://www.pqs.pe/tu-negocio/seis-estrategias-para-generar-ideas-de-negocio>
- Quiroz, B. (2016). *Microeconomía*. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Raffino, M. (13 de 08 de 2020). *Métodos de investigación*. Obtenido de <https://concepto.de/metodos-de-investigacion/>
- Rodríguez, M. (2016). Talento humano en la microempresa informal. *Dominio de las ciencias*, 2(1), 1-5.
- Ronda, G. (2021). *Estrategia. Qué es, origen, definición*. Recuperado de: <https://www.gestipolis.com/un-concepto-de-estrategia/>
- Rui, S., & Silveira, G. (2019). The relationship between servitization and product customization strategies. *INTERNATIONAL JOURNAL OF OPERATIONS & PRODUCTION MANAGEMENT*. 39(3), 139-145.

- Sainz, J. (2017). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid: ESIC.
- Salim, Q; Abdul, F y Musa, S. (2018). Project scope management through multiple perspectives: A critical review of concepts, AIP Conference Proceedings, 48(1), 1 -5.
- Sevilla , A. (2010). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/productividad.html>
- Sevilla, A. (2016). *Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/productividad.htm>
- Sladogna, M. (2017). PRODUCTIVIDAD- DEFINICIONES Y PERSPECTIVAS PARA LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA.
- Slusarczyk, M., & Morales, N. H. (2016). Análisis de las estrategias empresariales y de las TIC. *3Ciencias*, 5(1), 29-46.
- Soto, A; Tamayo, Y; y Almanza, C. (2017). Análisis de variables de segmentación de mercados, *Revista de Investigaciones*, 11(1), 80-81.
- Tarziján, J. (2018). *Fundamentos de estrategia empresarial* (5 ed.). Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=HIV8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT17&dq=estrategia+&ots=_ZtghYBV03&sig=QJpAtLTyG9bDnANafWWRX1BHJCA#v=onepage&q=estrategia&f=false
- Torres, S. (2001). El seguro agrícola y su efecto en la producción y en los ingresos de los productores agrícolas del cantón Pallatanga periodo junio 2015- junio 2016. Tesis. UNACH. Riobamba, Ecuador.
- Valencia, W., & Paucara, E. (2013).. Los planes de negocios y los proyectos de Inversión: similitudes y diferencias. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 16(1), 80-84. 80.
- Viteri, M., & Tapia, M. (2018). Economía ecuatoriana: de la producción agrícola al servicio. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n32/18393230.html>
- Yueliang, C. (2019). Analysis and Evaluation of Jinfeng Wine Financial Strategy. *INTERNATIONAL CONFERENCE ON EDUCATION, MANAGEMENT AND SOCIAL SCIENCE* . Obtenido de <https://www.webofscience.com/wos/alldb/full-record/WOS:000471627100011>
- Zambrano, C. (2021). *Modelo Canvas*. Recuperado, de Relación con los clientes: <https://modelocanvas.net/relacion-con-los-clientes/>
- Zhong, Y. (2013). Firm Competitive Advantage and Its Basic Forms. Proceedings of the seventh international symposium - corporate Governance. Office of Industries, 18(57), 1 – 39.

7. ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIAS

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
¿Cuál son las estrategias de generación de unidades de negocios que contribuye en la actividad productiva rural del cantón Guano?	<ul style="list-style-type: none"> Determinar las estrategias de generación de unidades de negocios que contribuye en la actividad productiva rural del cantón Guano. 	<p>H1: La organización familiar, inversión e incentivos al sector, son las estrategias de generación de unidades de negocios que contribuye en la actividad rural del cantón Guano.</p> <p>H0: La organización familiar, inversión e incentivos al sector, no son las estrategias de generación de unidades de negocios que contribuye en la actividad rural del cantón Guano.</p>
PROBLEMAS DERIVADOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
<p>¿Cómo se han desenvuelto las unidades de negocios en el sector rural del cantón Guano en los últimos años?</p> <p>¿Cuáles son las unidades de negocio que más inciden en el desarrollo en los sectores rurales del cantón Guano?</p> <p>¿Es posible fomentar el desarrollo del sector rural del cantón Guano por medio de estrategias generadoras de negocio?</p>	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar un diagnóstico sobre las situaciones de los entornos externos e internos en la que se desarrolla el cantón Guano. Describir la importancia de la unidad de generación de negocios y su efecto en el desarrollo de los sectores rurales del cantón Guano. Identificar las estrategias adecuadas para fomentar el desarrollo del sector rural como también la mejor inversión que se debe plantear por parte de los productores agrícolas. 	

Elaborado por: Vizueta, Andrea, 2021.

ANEXO 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIBLE INDEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	MÉTODO TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Estrategias de generación de negocios	La estrategia, es aquella determinación de la metas y objetivos de una organización a un largo plazo (Chandler , 2003), las acciones de emprender como también la asignación de los recursos necesarios para el éxito de dichas metas. Drucker (2007), considera que la estrategia está en conocer ¿Qué es nuestro negocio? y, ¿Qué debería ser?	Emprendimiento	Nivel de financiamiento Nivel de eficiencia Nivel de productividad	Técnica: Entrevista Fuentes primarias Fuentes secundarias Instrumento: Guía de la entrevista Fichas bibliográficas Fichas de lectura
		Estudio técnico	Nivel de rentabilidad Volumen de ventas Tasa de desempleo	

Elaborado por: Vizueta, Andrea, 2021.

VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICARES	MÉTODO TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Actividad Productiva Rural	La productividad desde un ámbito general es el uso eficiente de los recursos, trabaja, capital, materiales, energía, entre otros, en la elaboración de los diversos bienes y servicios. (Gusñay, 2017) en cuanto a la actividad productiva rural se identifica directamente con la agricultura ya que es la mayor fuerza de trabajo en el ámbito económico por que su proceso esta basado en cultivos efectivos y periodicos (Bembibre, 2011)	Productividad	Ratios de Producción	Técnica: Encuesta Observación directa Instrumentos: Cuestionario Guías de observación
		Proceso	Volumen de ventas Rentabilidad económica financiera	
		Económica	Índice de desarrollo rural Índice de ingresos mensuales	
Organización familiar, inversión e incentivos	La Organización familiar se refiere al grupo de individuos que forman parte de la misma institución unida por lazos afectivos. Ésta ejerce, ampliamente, influencia a nivel del desarrollado vital de todos sus miembros (Fontes, 2020).	Productividad	Ratios de producción.	Técnica: Encuesta Observación directa Instrumentos: Cuestionario Guías de observación
		Económica	Índice de desarrollo familiar Índice de ingresos mensuales	

Elaborado por: Vizueta, Andrea, 2021.

ANEXO 3: INSTRUMENTO DIRIGIDO A PRODUCTORES AGROPECUARIOS
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



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

TEMA: ESTRATEGIAS DE GENERACIÓN DE UNIDADES DE NEGOCIOS EN LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA RURAL, UN ESTUDIO EN EL CANTÓN GUANO.

Autor: Andrea Vizueta Romero

Tutor: Ing. Dante Ayaviri. PhD

Instrumento dirigido a productores agropecuarios

El propósito de esta encuesta es obtener información relevante sobre el comportamiento comercial y de producción de las unidades de negocios en la actividad productiva rural en el cantón Guano.

INSTRUCCIONES GENERALES:

- a) Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso conteste con la mayor honestidad todas las preguntas.
- b) Marque con una (x) el paréntesis que indique su respuesta.
- c) Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo académico, le agradecemos su colaboración.

Información General			
GENERO:	Masculino <input type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>	
NIVEL DE INSTRUCCIÓN:	Sin estudios <input type="checkbox"/>	Primaria <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/>
OCUPACION:	Empleado Público <input type="checkbox"/>	Empleado Privado <input type="checkbox"/>	Desempleado <input type="checkbox"/>
Información Específica			
Ítem 1: ¿Tiene claro el objetivo de su actividad económica?			

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 2: ¿Ha sido participe de incentivos otorgados por parte de entidades públicas o privadas?

Si	No
1_____	2_____

Ítem 3: ¿Cuánto dinero ha invertido en su actividad económica?

500-1000	10001-1500	1501-2000	2001-2500	Más de 2501
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 4: ¿Considera que su principal actividad económica está relacionada con el desarrollo de la organización familiar, inversión e incentivos al sector?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 5: Su actividad económica está relacionada a:

Organización familiar	Inversión	Incentivo	Labor individual	Otro
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 6: ¿Considera que su actividad económica es rentable?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 7: ¿Genera acciones (como inversiones) para mejorar la situación de su actividad económica?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 8: ¿Considera que su actividad económica es sustentable en el tiempo?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 9: ¿Su actividad económica genera ingresos superiores o iguales a los de un sueldo básico?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 10: ¿Considera usted que el ingreso por volumen de producción cubre las necesidades básicas de su familia?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 11: Considera que la intermediación causa problemas para comercializar su producción?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 12: ¿cree que las acciones tomadas por la institución gubernamental para impulsar los mercados agropecuarios son suficientes?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 13: ¿Considera que a la institución gubernamental le hace falta realizar planes o proyectos que brinden incentivos para el sector agropecuario?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 14: ¿estaría dispuesto a colaborar con las entidades gubernamentales respecto a elaboración de estrategias de incentivos que se podría brindar para del sector agropecuario?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 15 ¿Cree en la innovación como factor de mejora dentro de su actividad económica ?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 16: Si es positiva su opinión de la innovación como factor de mejora, ¿Considera rentable realizar una inversión dentro de su actividad económica ?

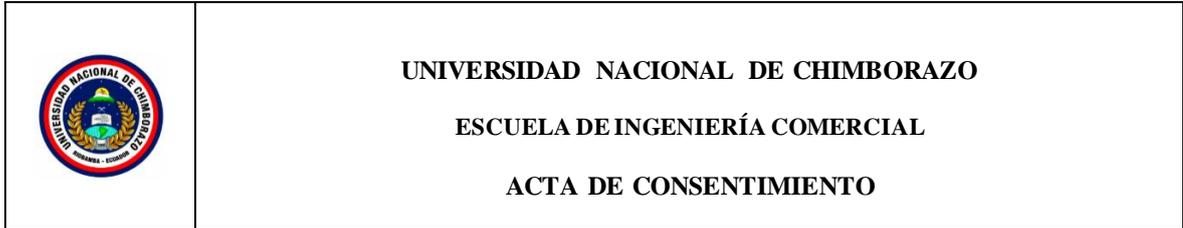
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Ítem 17: ¿Considera que su actividad económica tiene competencia desleal?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1_____	2_____	3_____	4_____	5_____

Gracias por su colaboración

ANEXO 4: Constatación del acta compromiso de los entrevistados de entidades gubernamentales



CONSENTIMIENTO INFORMADO (entrevistas)

Estimado/a Señor/a:

Usted ha sido invitado/a, a participar en la investigación denominado “Estrategias de generación de unidades de negocios en la actividad productiva rural, en el cantón Guano”.

El objetivo es describir la importancia de las unidades de negocio e identificar las estrategias implementadas por las instituciones gubernamentales.

Por intermedio de este documento se le está solicitando que participe en esta investigación, porque sus criterios son de gran ayuda para el desarrollo de la misma.

Guía de la entrevista:

¿Podría decirnos sus nombres, el cargo que ocupa y una pequeña introducción de su trayectoria dentro de la institución gubernamental?

- En el ámbito que nos compete, usted está informado sobre el estudio que se realiza para determinar las estrategias de generación de unidades de negocio en el cantón Guano, por favor, a continuación, le realizaremos unas preguntas, que ayudarán a entender el funcionamiento actual de la institución en los ámbitos de capacitación, acompañamiento y financiamiento a los productores rurales del sector en estudio, eso ayudara a identificar las estrategias que están siendo implementadas en los últimos 9 meses.

El propósito de esta investigación es conocer si:

En el campo de la capacitación

- Que acciones se están realizando en los últimos meses dentro de la capacitación a la organización familiar rural y cuáles son los temas que más abordan en las mismas.
- Como generan inversiones e incentivos para conectar a los productores agrícolas con la institución y organizaciones familiares.
- La institución busca organizar a los productores para determinar sus necesidades en el ámbito de la comercialización.
- Las capacitaciones que dictan se ven reflejados en el desarrollo de los emprendimientos.

En el campo del acompañamiento productivo

- Identifican nuevos emprendimientos familiares en el sector.
- Dentro de la institución se desarrollan incentivos para la comercialización en el ámbito rural.
- Como miden el nivel de rentabilidad en la organización familiar, inversión e incentivos al sector rural en cuanto a producción y comercialización.
- Tienen conocimiento sobre los volúmenes de venta de los productores agrícolas o de los sectores productivos rurales.
- Hay un registro continuo sobre el nivel de productividad y si lo hay que actividades desarrollan cuando hay sobreproducción o escases de productos agrícolas.

En el campo del financiamiento

- Generan o apoyan a la búsqueda de financiamiento a los emprendimientos familiares rurales.

- Conoce el nivel de financiamiento que tiene los emprendimientos familiares rurales del sector.
- Podría describir los resultados de la eficiencia del financiamiento que reciben los productores agrícolas de la zona.
- Desde su perspectiva el financiamiento a dado resultados para el desarrollo de las organizaciones familiares rurales.

Este estudio permitirá identificar factores que ayuden a determinar las estrategias de generación de unidades de negocio que contribuyen en la actividad productiva del cantón Guano.

Su participación es voluntaria, consistirá en responder con libertad de conocimientos y criterio, las preguntas antes planteadas, además el que Ud. decida participar de esta investigación no conlleva riesgos para su salud ni su persona debido a que las respuestas obtenidas serán útiles solo para esta investigación académica en tiempo y espacio.

Usted puede negarse a participar o dejar de participar total o parcialmente en cualquier momento del estudio sin que deba dar razones para ello ni recibir ningún tipo de sanción. Su participación en este estudio no contempla ningún tipo de compensación o beneficio. Cabe destacar que la información obtenida en la investigación será **confidencial y anónima**, y será guardada por el investigador responsable y sólo se utilizará en los trabajos propios de este estudio.

El participar en este estudio no tiene costos para Usted y no recibirá ningún pago por estar en este estudio. Si Ud. desea, se le entregará un informe con los resultados de los obtenidos una vez finalizada la investigación. Los resultados del estudio serán utilizados con fines científicos, divulgación en forma descriptiva a forma de resumen.

Su colaboración en esta investigación es muy importante pues permitirá hacer más eficientes y efectivas las actividades dentro de la identificación de las estrategias de negocio que ayudan al desarrollo del sector.

Cualquier pregunta que desee hacer durante el proceso de investigación podrá contactar a la Srta. Andrea Vizueta. investigadora de la UNACH, Celular: 0979131122, Correo electrónico: andremikae@gmail.com

Si Ud. siente que en este estudio se han vulnerado sus derechos podrá contactarse con el Supervisor y tutor del proyecto de investigación, el PhD. Dante Aya viri, Profesor de la UNACH, Fono 0969377165, Correo electrónico: vdayaviri@gmail.com.

Agradezco desde ya su colaboración, y le saludo cordialmente.

Quedando claro los objetivos del estudio, las garantías de confidencialidad y la aclaración de la información, acepto voluntariamente participar de la investigación, firmo la autorización.

Nombres	Ocupación	Inicio de la entrevista	Fin de la entrevista	Firma
Ing. Antonio Jaramillo	Dirección de gestión social del desarrollo económico local del municipio de Guano	03/08/2021	04/08/2021	
Ing. Hugo Ordoñez	Oficial de crédito BanEcuador	05/08/2021	05/08/2021	
Ing. Blanca Tayupanda	MAGAP-Guano	06/08/2021	11/08/2021	