



ESTUDIO DE CAPACIDADES EMPRESARIALES EN CHIMBORAZO



MIGRATION
FOR DEVELOPMENT



RIMHUCH
Red Interinstitucional de
Movilidad Humana de Chimborazo





RIMHUCH
Red Interinstitucional de
Movilidad Humana de Chimborazo



Análisis de vocación empresarial en los tres cantones de mayor incidencia migratoria: Riobamba, Chunchi y Cumandá

EN EL MARCO DEL PROYECTO: “CAPACIDADES EMPRESARIALES EN CHIMBORAZO”

“Esta publicación se ha producido con el apoyo de la Unión Europea mediante la Iniciativa Conjunta sobre Migración y Desarrollo de la Comisión Europea y las Naciones Unidas. Los contenidos de esta Publicación no se pueden utilizar de ninguna manera para reflejar las opiniones de la Unión Europea, IOM o las Naciones Unidas, incluyendo UNDP, UNFPA, UNHCR e ILO, o las de sus estados miembros”

AUTORES

Ing. Martha Romero (Coordinadora)
Dra. Myriam Murillo
Dr. Eduardo Montalvo Mg. Sc. (Presidente)

ASISTENCIA TÉCNICA

Ing. Alexander Vinuesa MDE
Ing. Wilson Saltos MDE

ESTUDIANTES COLABORADORES

3er Año Ingeniería. Comercial UNACH
4to Año Economía UNACH
5to Año Ingeniería Comercial UNACH

EQUIPO TECNICO DE LA RIMHUCH

Logroño Ruiz Verónica Mariela
Santilla Rivera Johana
Serrano Fernández Julia
Sinaluisa Sananay Hernán Patricio
Singler Eva
Tene Bastidas Segundo Pedro
Tene López Nely Elizabeth
Tene López Segundo Fermín
Tozzi Massimiliano

DETALLES DEL PROYECTO

“Capacidades Empresariales en Chimborazo”

Persona de contacto: Hna. Julia Serrano
Direccion: Juan de Velasco 20-60 y Guayaquil
Telefax: +593 32 606949
Email: rimhuch@rimhuch.org
Web: www.rimhuch.org

RESERVADO TODOS LOS DERECHOS

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra, sin la autorización de los autores.

**RIOBAMBA-ECUADOR
MARZO 2010**

INTRODUCCIÓN

“Si la migración no sirve para mejorar las condiciones de bienestar de la población, no sirve para nada”

Este trabajo de investigación realizado por la UNACH, se enmarca dentro del proyecto: “Capacidades Empresariales en Chimborazo”, financiado por La Unión Europea mediante la Iniciativa Conjunta sobre Migración y Desarrollo de la Comisión Europea y Naciones Unidas.

A través del mismo, se han seleccionado tres proyectos productivos para los cantones de mayor incidencia migratoria, es decir: Chunchi, Cumandá y Riobamba.

Entendemos la migración como una oportunidad y un desafío y a la vez, vemos la necesidad de partir de una visión integral del fenómeno migratorio. Por eso creemos que es necesario revisar las políticas públicas migratorias y la colaboración entre los países expulsores y los principales países receptores de migrantes, desde la perspectiva de la responsabilidad compartida.

Por ello nos preguntamos: ¿Cómo afecta la migración al desarrollo?

Migración y desarrollo no son variables independientes; antes bien, la migración es una parte integral del desarrollo y la una no puede separarse realmente del otro. Si el migrante se ve forzado a salir de su país, es porque en el mismo no encuentra sus necesidades satisfechas y por otro lado, llegan a los países desarrollados porque responden a una demanda fuerte que es intrínseca a la estructura de las economías post industriales. Si no hubiera demanda por sus servicios, los migrantes,

particularmente los indocumentados, no irían a esos países, pues no tendrían medios para mantenerse.

La migración permite la transferencia de bienes, tecnologías e ideas de los países de acogida a los de origen, y quizá el vínculo más claro entre migración y desarrollo sea el envío de remesas. El problema es que, estos recursos tienden a utilizarse para cubrir necesidades básicas, es decir que se utilizan casi exclusivamente al consumo y rara vez se invierten en proyectos productivos. Así las remesas son apenas instrumentos paliativos, particularmente si no van acompañados de políticas, tanto en el país de origen cuanto en el de acogida.

Enmarcamos el desarrollo en la capacitación de familiares de migrantes y de migrantes retornados desde la acción; desde la creatividad y los sueños de los protagonistas de la migración.

Cada cantón seleccionado ha ido posicionando sus prioridades; sus capacidades; sus ideas de negocios desde la colectividad para que estos proyectos comunitarios creen fuentes de empleo y a la vez genere el bienestar que no le proporciona el Estado ecuatoriano.

Hna. Julia Serrano Fernández
PRESIDENTA RIMHUCH

PRESENTACIÓN

*“Cuando uno sueña solo, es apenas un sueño;
cuando muchos comparten el mismo sueño,
es el inicio de la realidad”*

José de Souza Silva

Hablar de Desarrollo, suena como una palabra suelta, de moda, de lo que todos los países hablan, pero hablar del desarrollo de un pueblo, configura una expresión más amplia, es que queremos una transformación económica, social y sobre todo humana que permita a ese pueblo caminar hacia adelante buscando que las condiciones de vida de su gente estén enfocadas en el buen vivir.

El desarrollo no debe someterse pues, a modelos exitosos de otros contextos y otras épocas, debe surgir desde y con su gente, conociendo y aceptando sus realidades, sus potencialidades, que le permitan actuar con compromiso, imaginación y una lucha constantes por transformar esa realidad.

La inversión realizada por los gobiernos al tratar de mejorar las condiciones de vida de un pueblo, no tendrá eco si no existe la entrega total de su gente, muchos de los proyectos realizados han quedado estancados en infraestructura o peor aún en un simple papel; es que no se lo realizó enfocado en su realidad?, o constituyó una ayuda de grupos externos que tratan de mejorar las realidades en ciertos espacios?...Nuestro país, región y provincia tiene recursos suficientes, nuestra gente posee los conocimientos necesarios, y en la actualidad la existencia de capital financiero que le pueda generar riqueza, lo que hace falta es quizá el espíritu visionario de su gente, el deseo, la pasión y la entrega hacia el emprendimiento.

El crecimiento económico, local y sostenible, se fundamenta en la generación de empleo que permita a los habitantes de un pueblo disponer de medios con los cuales puedan satisfacer sus necesidades, manteniendo una mejor condición de vida; buscamos entonces ampliar el campo laboral a través de la creación de sistemas productivos que dinamicen la economía, se quiere fomentar la capacidad empresarial, con la creación de una nueva compañía o la ampliación de una ya existente con potencial de crecimiento.

El estudio realizado en los Cantones de Chunchi, Cumandá y Riobamba, comenzó por un conocimiento de las realidades y necesidades productivas de dichos cantones, determinando así sus potencialidades locales que permitan la generación de empresas sostenibles. Los grupos a quienes va dirigida la investigación se enfocaron en los familiares de migrantes, con la finalidad de potenciar su actoría en los procesos de desarrollo, y no únicamente en simples consumidores.

De otro lado, la colaboración de los gobiernos locales ha permitido la consecución de los objetivos, el camino no termina, la elección e implementación de la mejor inversión no dependerá únicamente de una propuesta planteada desde la academia, se necesitará de inversión, de acompañar adecuadamente a los emprendedores, de evaluar el impacto en su calidad de vida, y sobre todo el deseo de ver crecer a esa semilla en la que están dedicados los mejores esfuerzos, con capacitación, actuando de acuerdo al avance de la tecnología, impulsado acciones orientadas al fortalecimiento organizacional; pues de esta manera los sueños colectivos dan comienzo a una nueva realidad.

Martha Romero Flores
COORDINADORA DE LA INVESTIGACIÓN

RESUMEN

La Universidad Nacional de Chimborazo, con la participación del Centro de Investigación y Desarrollo de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, participa en la determinación de la capacidad productiva empresarial en Chunchi, Cumandá y Riobamba como parte de un direccionamiento común de las instituciones involucradas hacia objetivos establecidos, buscando la generación de empresas con potencial de crecimiento basado en la situación productiva de los sectores, y minimizando condiciones de vulnerabilidad, a partir de lo cual, se fija organizaciones con potencialidad empresarial, que sientan pasión, emoción y compromiso en la acción.

La investigación desarrollada se fundamenta en una metodología de investigación documental de campo y proyectos factibles. Se enfoca en la participación activa de sus integrantes, partiendo de sus necesidades, e intereses, que permitan generar programas innovadores, con productos que ingresen al mercado con valor agregado, generando crecimiento y posicionamiento en el mismo.

Se plantean, entonces, propuestas de factibilidad empresarial en función las potencialidades de los sectores, de la condición demográfica, la infraestructura y las competencias de los involucrados. El éxito de la inversión dependerá de un adecuado acompañamiento al emprendimiento, con capacitación permanente, y sobre todo con procesos de evaluación constantes, que permitan el fortalecimiento de las mismas.

Para el sector de Chunchi se propone la inversión en un Centro de Acopio de Leche, y una Empresa Productora de Cárnicos, para la zona de Cumandá se plantea alternativas en producción de Balanceados para animales y producción de Etanol; y, para

Riobamba, el servicio de Asistencia de Hogar e inversión en producción de paneles solares.

Las propuestas están delineadas, se vuelve urgente la participación activa de los gobiernos locales, con políticas que respalden las actividades empresariales, que a largo plazo va a concluir en un desarrollo sostenible del Cantón y consecuentemente de la región y el país.

1. DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La Constitución de la República del Ecuador, al igual que la de todos los países democráticos, establece la libertad de sus ciudadanos de salir y entrar de sus territorios, habiendo migrado en total, en los últimos diez años, unos dos millones y medio de ecuatorianos, de los cuales más o menos un millón y medio vive en los Estados Unidos de Norteamérica principalmente en la ciudad de New York; un poco más de medio millón en España, siendo al momento la comunidad Ecuatoriana la que encabeza el mayor número de inmigrantes, 80% legales y el 20% de indocumentados, seguido de Marruecos, Colombia, Perú entre otros; un medio millón de ecuatorianos tenemos en varios países del espacio de Schengen de la Comunidad Europea, como en Italia, Alemania, Gran Bretaña, etc.

En base a este fenómeno migratorio, la Universidad Nacional de Chimborazo se vincula desde el año 2007 con la Red Interinstitucional de Movilidad Humana de Chimborazo (RIMHUCH), para coadyuvar al desarrollo socioeconómico de familiares de migrantes, este primer acercamiento se realizó con técnicos de la Institución que realizaron la investigación sobre “Emigración, provincia de Chimborazo. Diagnóstico situacional de los emigrantes en la provincia de Chimborazo”, donde se determinaron cifras de emigrantes por cantón, principales destinos, principales trabajos que desempeñan en el exterior, actividades que realizaban en sus lugares de origen, estructura del mercado laboral, clase social de los emigrados, nivel de pobreza y extrema pobreza en la provincia; entre las sugerencias para el control de la migración los resultados enfocaron la necesidad de crear fuentes de trabajo, garantizar salarios justos, dar mayor atención al sector rural, facilitar el

acceso a créditos blandos, proporcionar capacitación para la inversión e incentivar la microempresa.

Gracias al estudio realizado por la Universidad Nacional de Chimborazo, la RIMHUCH que es una instancia de cooperación interinstitucional sin fines de lucro que impulsa procesos para lograr respuestas integrales a la temática de la movilidad humana, en consorcio con la dirección General de Inmigración de la Región de Murcia (DGIMI), se propone mejorar la situación económica y social de grupos de migrantes y sus familias en los tres cantones de mayor incidencia migratoria de la provincia de Chimborazo: Riobamba, Chunchi y Cumandá.

Finalmente, para alcanzar este objetivo la RIMHUCH y la Universidad Nacional de Chimborazo empiezan desde diciembre de 2009 nuevos acercamientos para sumar esfuerzos y mejorar la situación socio-económica de grupos de migrantes y sus familias. Para el efecto, se firman dos Convenios, un marco y un específico para realizar el estudio sobre “Capacidades Empresariales en los cantones de, Chunchi, Cumandá y Riobamba”. Los beneficiarios directos serán 300 familiares de migrantes residentes en los tres cantones de mayor influencia del fenómeno emigratorio de la provincia y como beneficiarios indirectos sus comunidades de referencia, incluyendo sus familiares emigrados.

1.2 OBJETIVO

1.2.1 GENERAL.

Determinar las capacidades empresariales en los tres cantones de mayor incidencia migratoria de la provincia de Chimborazo: Chunchi, Cumandá y Riobamba, para generar su desarrollo local y sostenible.”

1.2.2 ESPECÍFICOS

- Obtener información de fuentes primaria y secundaria de los cantones: Chunchi, Cumandá y Riobamba.
- Analizar e interpretar la información obtenida.
- Crear un banco de temas de proyectos productivos, factibles, y sustentables.
- Sugerir de acuerdo a los resultados la generación de los proyectos sustentables

1.3 Situación socio-económica del país.

La migración en el Ecuador no es un fenómeno nuevo. La migración Internacional es la más reciente y común, las referencias más tempranas la sitúan en los años cincuenta, para la zona del Austro del país, luego de la crisis de la exportación de sombreros de paja toquilla. Pero la migración masiva contemporánea tiene su origen a fines de los noventa. Esta migración es particularmente importante no solo a nivel de las familias y comunidades afectadas sino a nivel nacional, por la gran cantidad de población movilizada y las ingentes cantidades de remesas recibidas del exterior.

Para el Ecuador, así como para los países de la región, que tiene una apreciable corriente migratoria, las remesas se han

constituido indudablemente en un instrumento de desarrollo y el lado positivo del fenómeno o problema social de la inmigración, a tal punto, que en el Ecuador se registra como el segundo rubro de ingreso o transferencia a la cuenta corriente de la balanza de pagos, después de la exportación de productos primarios como el petróleo, superando a los productos tradicionales como le banano y atún.

Obviamente este fenómeno migratorio mundial de movilidad, se produce en su mayor parte por falta de trabajo, el subempleo, la pobreza. En realidad, son los factores económicos de un proceso de globalización sin justicia social, que desde luego ha originado una presión migratoria en los últimos veinte años, en el Ecuador con una incidencia mayor a partir del año 2000.

El caldo de cultivo en cualquier proceso migratorio tiene relación directa entre el desarrollo socioeconómico e inmigración y, por ende, entre subdesarrollo y emigración. La mayor parte de los que emigran lo hacen por motivos económicos, buscando un mejor nivel de vida. La situación de hambre y miseria en muchos países subdesarrollados obliga a muchos emigrantes a arriesgar su vida (y hasta perderla en multitud de ocasiones), con tal de salir de su situación.

En nuestro país para entender este fenómeno es necesario caracterizar el ámbito socio-económico. La economía de Ecuador es la octava más grande de América Latina y experimentó un crecimiento promedio del 4,6% entre 2000 y 2006. En enero de 2009, el Banco Central del Ecuador (BCE) situó la previsión de crecimiento de 2008 en un 6,88% El PIB per cápita se duplicó entre 1999 y el 2007, alcanzando los 65.490 millones de dólares según el BCE. La inflación al consumidor hasta enero de 2008 estuvo situada alrededor del 1.14%, el más alto registrado en el último año, según el INEC. La

tasa mensual de desempleo se mantuvo en alrededor de 6 y 8 cifras desde diciembre de 2007 hasta septiembre de 2008, sin embargo, está subió a alrededor de 9 cifras en octubre y volvió a bajar en noviembre de 2008 a 8 cifras. Se calcula que alrededor de 7 millones de ecuatorianos tienen una ocupación económica y unos 3 millones están inactivos.

En 1998, el 10 % de la población más rica tenía el 42,5 % de la renta, mientras que el 10 % de la población más pobre solamente contaba con el 0,6 % de la renta. Durante el mismo año, el 7,6 % del gasto en salud pública fue a parar al 20 % de la población pobre, mientras que el 20 % de la población rica recibió el 38,1 % de este mismo gasto. La tasa de pobreza extrema ha disminuido significativamente entre 1999 y el 2005. En el 2001 se estimó en un 45 % de la población, mientras que para el 2004 la cifra bajó a un 25 % del total de la población. Esto se explica en gran parte por la emigración, así como la estabilidad económica lograda tras la dolarización. Las tasas de pobreza eran más elevadas para las poblaciones indígenas, afro-descendientes y rurales, alcanzando al 87 % de la población nativa.

En el sector agrícola, Ecuador es un importante exportador de bananas (primer lugar a nivel mundial en su producción y exportación), de flores, y el octavo productor mundial de cacao. Es significativa también su producción de camarón, caña de azúcar, arroz, algodón, maíz, palmitos y café. Su riqueza maderera comprende grandes extensiones de eucalipto en todo el país, así como manglar, pinos y cedros son plantados en la región de la Sierra; nogales y romerillo; y madera de balsa, en la cuenca del río Guayas. Por otra parte, la industria se concentra principalmente en Guayaquil, el mayor centro productor del país, y en Quito donde en los últimos años la industria ha crecido considerablemente, pero también existen algunas fábricas en Cuenca. La producción industrial está

dirigida principalmente al mercado interno. Pese a lo anterior, existe una limitada exportación de productos elaborados o procesados industrialmente. Entre éstos destacan los alimentos enlatados, licores, joyas y muebles.

En lo social, según el Mandato Constitucional del régimen vigente, se prioriza lo social de manera progresiva. El Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social, establece y determina su financiamiento creciente y seguro con énfasis en educación y salud. Incrementa el presupuesto de educación del 0.5 % del PIB hasta llegar al 6% hasta el 2012 y establece pre asignaciones (educación superior gratuita). Incrementa el presupuesto de salud de 0.5% del PIB hasta llegar al 4% en el año 2012 y establece pre asignaciones (atención gratuita de enfermedades catastróficas). Garantiza progresivamente cobertura de seguridad social para trabajo no remunerado, actividades de auto sustento en el campo, trabajo autónomo y desempleados (Art. 34) y protección a grupos de atención prioritaria.

En la proforma presupuestaria del 2010 se evidencia la orientación hacia la inversión social, columna vertebral del Buen Vivir Sumak Kawsay, en este año el rubro destinado a Educación representa el 5.64% del PIB, salud 2.18%, en Desarrollo Urbano y Vivienda 0.29% y en trabajo 0.12%.

Pero el principal problema social es la inseguridad en todo el país que se encarna como producto de varios factores, el más determinante es la migración que produce el maltrato del abandono que afecta directamente al núcleo de la sociedad, la familia; por tal razón, sus integrantes han recibido la incidencia de este fenómeno, puesto que la desintegración familiar, ha provocado que la sociedad sufra de efectos como son la delincuencia, las pandillas, el alcoholismo, la drogadicción, entre otros males, provocando que la niñez y la juventud

equivoque los pasos a seguir y no tenga rumbo cierto en el futuro.

El sistema público financiero del Ecuador está conformado por el BCE, el Banco Nacional de Fomento (BNF), el Banco del Estado, la Corporación Financiera Nacional, el Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV) y el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas.

<http://www.slideshare.net/AlejandroEcu/anlisis-de-unicef-a-la-proforma-presupuestaria-de-ecuador-2009-2010>

1.4 CANTÓN CHUNCHI

1.4.1 Situación geográfica



Se encuentra al Sur de la Provincia del Chimborazo, en plena Cordillera de Los Andes, en las coordenadas 731508 / 9747183 a 2.272 m.s.n.m. con una superficie aproximada de 274.9 Km²; limitando al Norte, Este y Oeste por el Cantón Alausí y al Sur por la Provincia de Cañar. Su territorio está entre los 1600 y los 4300 metros sobre el nivel del mar y tiene una temperatura promedio entre los 14° y los 21° grados centígrados.

Según la proyección del Censo de Población del 2001, en el año 2007 debe contar con una población de 13.707 habitantes, de los cuales, 4571 están en la zona urbana y 9.136 en la zona rural. Este es uno de los cantones que más ha sufrido los efectos de la migración, puesto que se calcula que en los últimos diez años ha emigrado al exterior más del 30% de su población. Es un sector, en el que debido a las escasas fuentes de empleo tiene una tasa de crecimiento negativa, particularmente en la zona rural.

El número de mujeres (53%) supera a la población masculina (47%)

Tabla 1. Población de 0 a 24 años en el Cantón Chunchi

Grupo de Edad	Chunchi	Hombres	Mujeres	Urbano	Rural
Menor de 1 año	141	69	72	54	87
1 a 4 años	848	417	431	331	517
5 a 9 años	1019	504	515	402	617
10 a 14 años	1011	504	507	482	529
15 a 19 años	739	378	361	389	350
20 a 24 años	465	241	224	240	225
Población total (0 a 24 años)	7089	3492	3597	3411	3678

Elaborado: En base a los datos del último censo de población

1.4.2 Situación socioeconómica.

La tasa media de crecimiento anual 2000-2007 fue de 4,6%, lo que influyó en la recuperación de los indicadores sociales; sin embargo, la reducción de la pobreza (de 52,2% en 1999 a 38,3% en 2006) no fue resultado de un cambio en la estructura productiva, sino el reflejo de ciclos económicos favorables vinculados con el sector petrolero y las remesas enviadas por ecuatorianos que emigraron masivamente tras la crisis económica de 1999. Desde mediados de 2008, se registra una reducción en las remesas y en los ingresos fiscales. El Gobierno trata de dar una respuesta que incluye mayor focalización y costo-eficacia de las políticas y programas sociales, dentro de posibles hipótesis futuras de reducción de recursos fiscales debido a la crisis económica.

1.4.3 División Política Administrativa del cantón:

Parroquias

Chunchi tiene cuatro parroquias rurales: Capzol, Compud, Gonzol y Llagos. Todos estos pequeños pueblos aún conservan muchas de sus tradiciones y costumbres.

Población

La población del Cantón CHUNCHI, según el Censo del 2001, representa el 3,1 % del total de la Provincia de Chimborazo; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un ritmo del -0,7 % promedio anual. El 72,7 % reside en el área Rural; se caracteriza por ser una población joven ya que el 52,6 % son menores de 20 años.

La población del cantón Chunchi posee 12.474 habitantes, de los cuales el área urbana tiene 3411 pobladores divididos en 1.568 varones y 1.843 mujeres; mientras que la población rural tiene 9063 de los cuales 4.317 son hombres y 4.746 mujeres, visualizado en porcentajes del total de habitantes el 52.8% son mujeres y el 47.2% son hombres.

Educación

Según la información digital que ofrece el Ministerio de Educación, los recursos educativos de Chunchi son los siguientes:

Tabla 2. Recursos del sistema Educativo de Chunchi 2007-2008

TIPO DE PLANTEL	PLANTELES	PROFESORES	ALUMNOS
Fiscal	29	136	2527
Fiscomisional	2	19	261
Particular	2	0	67
Total	33	155	2855

Fuente: SINEC. Elaboración: ENTRIX 2008.

La oferta educativa del cantón Chunchi, según el número de instituciones educativas, el 25% se concentra en el área urbana, el restante número de instituciones están en el área rural; además, la oferta pública representa el 94 % y apenas el 6% es oferta privada, cabe acotar que las instituciones particular son ocupadas por maestros fiscales.

EsIA (expost) para la ampliación de la Red de EBCs de OTECEL S.A.

Provincia de Chimborazo Marzo 2009

Página 3-33

También se creó un Centro de Atención para Niños Hijos de Migrantes, debido a que no tienen ayuda en el trabajo escolar, en muchos casos tampoco quienes velen por su salud y alimentación, el Municipio creó el Centro de Atención, donde se les proporciona a los niños el almuerzo, la atención de salud y el apoyo para que cumplan sus tareas y obligaciones escolares con la contratación de una psicopedagoga que colabora permanentemente con ellos y una aula con recursos didácticos y bibliográficos para realizar los trabajos escolares.

Salud

De acuerdo a la Estadística de recursos y actividades de salud (ERAS) en el año 2001, en cantón Chunchi contaba con un total 29 profesionales de la salud destinados a los

establecimientos públicos (9 médicos, 2 odontólogos, 1 obstetra, 1 enfermero, 16 auxiliares, de lo mencionado el 79,3% se concentraba en el sector urbano.

19 versión digital, www.mps.gov.ec

Servicios básicos

Un significativo porcentaje de la población carece de alcantarillado, apenas lo poseen el 40% de las viviendas, mientras que el 62,83% disponen de algún sistema de eliminación de excretas. La recolección de basura cubre el 27,96% de los hogares. Agua entubada dentro de la vivienda: 0,35%. Energía eléctrica 89,49% y servicio telefónico 13,33%. En síntesis, el déficit de servicios residenciales básicos alcanza al 68,05% de viviendas. Lo que significa que existe un alto déficit de servicios en atención a la demanda.

Vías de Comunicación

El Cantón se encuentra transitado por vías de primer orden, se encuentra a orillas de la carretera Panamericana, a 125 Km. de la Ciudad de Riobamba, 128 Km. de la ciudad de Cuenca y 189 Km. de la ciudad de Guayaquil. Dentro del área de influencia, ésta dispone de dos accesos; el primero es un acceso vial que circunvala el sector de Bailanapamba y la une con el sector de San Luis de Rompe, el cual se encuentra en buena condiciones pero es camino de tercer orden; el principal acceso a Bailanapamba es peatonal, y está altamente deteriorado, estos dos accesos se unen a la vía Panamericana que atraviesa la ciudad de Chunchi.

Población económicamente activa

Tabla 3. Población del Cantón Chunchi

POBLACIÓN TOTAL	12474 H.	
Hombres:	5885	(47.18%)
Mujeres:	6589	(52.82%)
Población económica activa:	4776	
Agricultura y ganadería:	2998	(62.77%)
Construcción:	349	(7.31%)
Comercio:	291	(6.095%)
Otras actividades:	1.138	(23.83%)

Elaborado: En base a los datos del último censo de población

En el año 2001 tuvo una población económicamente activa de 4776 habitantes, de los cuales, un 63%, es decir, cerca de las dos terceras partes, se dedicaba a la agricultura y a la ganadería, el tercio restante al comercio, a la construcción y a otras actividades particularmente de servicios, como la administración pública, el turismo, la educación y otras.

De acuerdo con el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador, SIISE, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas, alcanza el 78,13% de la población total del cantón, y la extrema pobreza: 54,94%. Pertenecen a la Población Económicamente Activa: 47,82% de los habitantes.

Tabla 4. Productividad de Chunchi

PRODUCTO	UPA's solo	UPA's Aso	UPA's Total	Densidad	Asociatividad
Fréjol seco	64,51	350,54	415,06	16%	84%
Haba seca	101,41	44,59	146,00	69%	31%
Haba Tierna	5,46	18,06	23,52	23%	77%
Hierbas Medicinales		0,00			
Maíz suave seco	939,62	400,18	1.339,79	70%	30%
Manzana	7,50	5,98	13,48	56%	44%
Papa	196,63		196,63	100%	0%
Tomate riñón	10,18		10,18	100%	0%
Trigo	255,39		255,39	100%	0%
Zanahoria amarilla	10,76		10,76	100%	0%
Lácteos			2.331,31	0%	0%

Fuente: Censo agropecuario 2001 MAGAP

- <http://www.chunchi.ya.st>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>
- <http://www.tesisymonografias.net/analisis-socioeconomico-de-ecuador-2009/1/>

entre los 15 y 29 grados centígrados; por este atraviesan los ríos Chimbo y Chanchán que permiten la realización de deportes acuáticos.



Figura No 1. Parque Central De Cumandá



Figura No. 2. Iglesia De San Pedro Suncamal

1.5.2 Aspecto económico

La economía de Cumandá está basada principalmente en la agricultura, debido a su particular ubicación geográfica y a la fertilidad de la tierra. Produce: banano, caña de azúcar, cacao, café. Otros productos de importancia son: el palmito que se cultiva en varios recintos. Otras actividades que son parte fundamental del desarrollo de la economía de Cumandá son la agricultura, ganadería, porcicultura y avicultura.

De acuerdo con el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador, SIISE, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas, alcanza el 68,08% de la población total del cantón, y la extrema pobreza: 29,76%.

1.5.3 División Política y Administrativa del Cantón

Población

CUMANDÁ, según el Censo del 2001, representa el 2,3 % del total de la población de la Provincia de Chimborazo. Ha crecido en el último período intercensal 1990 2001, a un ritmo del 2,6 % promedio anual. El 42,4 % reside en el área Rural; se caracteriza por ser una población joven ya que el 49,2 % son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo.

De acuerdo con los datos presentados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC 2001), el Cantón Cumandá presenta una base piramidal ancha, a expensas de la población menor de niños porcentaje que se encuentran entre los 0 y 4 años, escolar y adolescente, lo cual se explicaría por la migración existente desde este cantón a diversos lugares de la Provincia, el país y otros países.

Su estructura poblacional es de 9395 habitantes, de los cuales el área urbana tiene 5.411 pobladores, divididos en 2.659 varones y 2.752 mujeres; mientras que la población rural tiene 3.984 de los cuales 2.032 son hombres y 1.952 mujeres, visualizado en porcentajes del total de habitantes el 50,1% son mujeres y el 49,9 % son hombres.

Tabla 5. Población de Cumandá.

Población - Dinámica demográfica	Habitantes
Población (habitantes)	9.395
Población – hombres	4.704
Población – mujeres	4.691
Población - menores a 1 año	227
Población - 1 a 9 años	2.285
Población - 10 a 14 años	1.141
Población - 15 a 29 años	2.517
Población - 30 a 49 años	1.803
Población - 50 a 64 años	820
Población - de 65 y más años	602

Elaborada: En base a los datos del INEC (2001)

Educación

A continuación se enfoca una ilustración que muestra el porcentaje de población por nivel educativo alcanzado a nivel cantonal, donde se evidencia la tendencia que refleja la deserción a través del nivel educativo.

Tabla 6. Porcentaje de Población por Nivel Educativo Alcanzado

Porcentaje de Población por Nivel Educativo Alcanzado		
Primaria Completa	Secundaria Completa	Instrucción Superior
56,6	7,5	6,5

Fuente: SIISE, 2008

Según SIISE, 2008, el porcentaje de población analfabeta para el cantón Cumandá, alcanza un 11,3% del total de la población de 15 años y más, correspondiendo 8,5% a la población masculina, y 14,2% a la femenina.

Salud

Cumandá, cuenta apenas con 2 subcentros, 1 puesto de salud y 2 dispensarios médicos del Ministerio de Salud Pública. Se encuentra ubicado a la salida del centro

poblado de Cumandá, en el camino que se dirige al sector de la Isla. Cuenta con servicio de medicina general, obstetricia, odontología, laboratorio, atención materno-infantil en horas laborables y un botiquín.

Servicios básicos

Un significativo porcentaje de la población carece de alcantarillado, apenas lo poseen el 48% de viviendas, mientras que el 76,23% cuentan con algún sistema de eliminación de excretas. Otros indicadores son:

- Agua entubada dentro de la vivienda: 36%.
- Energía eléctrica 87,66%.
- Servicio telefónico 21,83%.

En síntesis, el déficit de servicios residenciales básicos alcanza al 71,53% de viviendas

Población económicamente activa

Las principales actividades en el sector son la Agricultura, ganadería, caza y silvicultura cuenta con 1.426 personas, seguidas de las actividades comerciales 413, manufactureras 406, construcción 323, enseñanza 87 y otras actividades 627.

Para determinar la población económicamente activa se compara el tamaño de la población económicamente activa con el tamaño de la población en edad de trabajar, se podrá observar qué cantidad de personas empleadas existen respecto al total de personas en edad laboral. Esta comparación mostrará lo que se conoce como tasa global de participación laboral, que no es otra cosa que el número de personas de 10 años y

más económicamente activas (PEA), expresado como porcentaje de la población en edad de trabajar (PET) en un determinado año.

Población en Edad de Trabajar (PET) Vs. Población Económicamente Activa (PEA) Por Género – Cantón Cumandá

Tipo de población	Total Cantonal	Hombres	Mujeres
PET	6.403	3.191	3.212
PEA	3.267	770	2497

Fuente: SIISE 2008

www.siise.gov.ec

www.mcds.gov.ec/siise/index.htm

1.6 CANTÓN RIOBAMBA

1.6.1 Situación Socio-Económica



Riobamba se encuentra en el centro geográfico de Ecuador, en la cordillera de los Andes, a 2.754 msnm, cerca de volcanes como Chimborazo, Tungurahua, El Altar y el Carihuayrazo. Fue fundada en 1.534 cerca de la laguna de Colta, su clima es por lo general frío, con temperaturas que van entre 20 a 25 grados centígrados, con vientos que producen una sensación térmica de casi 0 grados centígrados.

Es una ciudad pluricultural, multiétnico y bilingüe, posee una población de 193.315 habitantes, según el censo de 2001, representa el 47,9% de la población de Chimborazo, el 64,6% se encuentra en el área urbana. El 46,9% en situación de pobreza y el 23,6 % en pobreza extrema, siendo las parroquias rurales las que muestran mayores porcentajes

En el nivel de educación, el 44,2% tiene instrucción primaria, el 25,1 % secundaria y el 14,69% instrucción superior; la tasa de analfabetismo de la población de 10 años en adelante es de 14,9%, aproximadamente los niños y niñas de entre 5 y 11 años no se encuentran

matriculados, los principales motivos son la falta de dinero, la necesidad de trabajo y el poco interés por el estudio, la tasa de deserción escolar es del 1,6%.

1.6.2 División Político Administrativa

Parroquias urbanas: Pedro Maldonado, José Veloz, José Lizaraburu, Juan de Velasco y Yaruquíes.

Parroquias rurales: Cacha, Calpi, Cubijés, Flores. Licán. Licto. Pungalá, Punín, Quimiag, San Juan y San Luis

PERFIL LABORAL

La tasa de empleo en el cantón es de 51,4%, la población económicamente activa está distribuida en 19 ramas de actividad, en la que la agropecuaria posee un 26,6%, aunque su importancia ha decrecido en la última década. El sector comercial participa individualmente con el 17,5% y el industrial con el 10,1%.

PERFIL PRODUCTIVO

En lo referente a las actividades económicas desarrolladas en las viviendas del cantón, el comercio y los servicios son las actividades predominantes, el 67,4% comercializan bienes de primera necesidad; la industria manufacturera representa el 16,5% destacándose entre las más importantes el 9,2% la fabricación de prendas de vestir, teñido de pieles; el 3,5% la elaboración de muebles y el 2,4% productos alimenticios.

En el Municipio de Riobamba existen 17.492 división de actividades económicas catastradas divididas en 6

sectores: Servicios 5184, comercio 10.661, manufactura 1.444, industria 191, agropecuario 11

El Servicio de Rentas Internas registra ingresos de estos sectores en los siguientes porcentajes: Servicios el 47,29%; comercio el 26,6%, manufactura el 26%, y agrícola con el 0,11%

Durante el 2000-2007, la industria manufacturera del cantón generó el 33% promedio de la recaudación total, destacándose que dicha actividad es importante pero en decadencia, porque no está preparada para enfrentar adelantos tecnológicos y de mercado.

PERFIL FINANCIERO

Captaciones y depósitos Banca Privada que opera localmente en miles de dólares al 31 de Octubre de 2007.

Tabla 7. Perfil Financiero

CAPTACIONES	DEPÓSITOS A LA VISTA	DEPÓSITOS A PLAZO
Riobamba	68.341	14.557
Total Chimborazo	72.420	15.907
Total País	4.723.237	1.992.049
% Riobamba vs Chimborazo	94,37	91.51
% Riobamba vs País	1.45	0,73
% Chimborazo vs País	1.53	0.80

Fuente: I. Municipio de Riobamba

Colocaciones Banca Privada que opera localmente en miles de dólares al 31 de Octubre de 2007.

COLOCACIONES	Total Inversiones	T. Cartera Bruta	T. Inversión Cartera	Morosidad
Riobamba		54.651	54.561	2,68
Total Chimborazo		57.560	55.430	2,59
Total País	1.647.122	4.678.450	6.325.572	6,72
% Riobamba vs Chimborazo		94,95	98,43	
% Riobamba vs País		1,16	0,86	
% Chimborazo vs País		1,23	0,87	

1. Municipio de Riobamba

Dentro de su perfil financiero la Cooperativa Riobamba y el Ayuntamiento de Madrid crean el FONPAE Fondo para el Emprendimiento, con lo que se han entregado 19 créditos cuyo monto asciende a \$49.300,00 usd, la CFN también han entregado 26 créditos a grupos asociativos por un monto de 117.873, 60 usd. La FUNDACION ESQUEL a su vez ha otorgado 21 préstamos entregados a diferentes grupos de emprendimientos.

MANUFACTURERA

Las pequeñas y medianas industrias existentes, especialmente, están localizadas en los sub-sectores de: textiles, cuero, madera, calzado y alimentos, es decir bienes de consumo finales, atraviesan una situación delicada y se esfuerzan por mantenerse en el mercado debido a la fuerte competencia local, nacional y extranjera que está en auge, gracias a la apertura de mercados internacionales y al proceso de globalización en sí.

Actualmente, Riobamba cuenta con los servicios necesarios para el buen vivir, aunque sus recursos se han visto limitados, el número de habitantes supera las ciento sesenta mil personas. Se ha convertido en sector turístico con paisajes y lugares únicos en su belleza y por la riqueza en su patrimonio cultural.

2. PROCESOS DE INVESTIGACIÓN Y ANALISIS DE RESULTADOS

2.1 METODOLOGÍA

Investigación documental, de campo y proyectos factibles.

La investigación, se sustenta en tres momentos, a través de procesos de información de fuentes primarias mediante encuestas a los propios actores del sector; y secundarias como MAGAP, Banco Nacional de Fomento, Instituto de Estadísticas y Censos, Banco Central, Sistema integrado de Información Socio económica, con lo que se pudo levantar la información que permita el estudio de factibilidad de inversión empresarial.

Primer momento:

Acercamiento con gobiernos locales, líderes comunales, dirigentes de organizaciones, familiares de migrantes y migrantes retornados, a través de la técnica participativa, mediante la cual son los propios actores quienes plantean sus necesidades productivas de inversión y de generación de empleo. Cabe destacar la importancia de la colaboración de los municipios, como medios de enlace entre las organizaciones que ha permitido el correcto flujo de información.

Segundo momento:

Elaboración del instrumento de investigación, el mismo que estuvo diseñado de acuerdo a las necesidades del proceso, tomando en cuenta fundamentalmente las potencialidades productivas de los sectores. Dicho

instrumento se procedió a validarlo mediante la aplicación previa a determinado grupo de encuestadores, proceso en el cual se determinaron las debilidades y falencias para la posterior corrección y aplicación.

Determinación del tamaño de la población de los 3 cantones y aplicación de la fórmula para la muestra, considerando un margen de error del 6%, para lo cual se tomó como fuente básica la población por número de familias de 5 miembros. En el caso de Chunchi con una población de 12.725 habitantes, se determina un universo de 2.545 familias, para una muestra de 246 a quienes se aplicó los instrumentos; Cumandá, con una población de 9.395 habitantes, un universo de 1.879, registra una muestra de 242, la misma que no pudo ser realizada en su totalidad debido a que sus pobladores no se encontraban en la zona. Para Riobamba el estudio se realizó en función de la población económicamente activa, con ingresos medios y altos, que constituyen el mercado objetivo.

Capacitación a los estudiantes responsables del levantamiento de la información, en manejo de técnicas correctas de manera que al aplicar la encuesta ésta dé los resultados esperados.

Aplicación de la encuesta en los cantones de estudio

Tabulación e interpretación de los resultados, los mismos que determinaron las potencialidades productivas de las zonas, y las necesidades de emprendimiento de los mismos, mediante proyectos factibles y sustentables.

Para el cantón Riobamba, se realizó un estudio de mercado, el mismo que permitió determinar la viabilidad de inversión

Tercer momento:

A través de los resultados de la investigación, en un esfuerzo conjunto, se realizó el estudio técnico empresarial de los posibles proyectos en cada cantón, es necesario indicar que algunos de ellos reposan en la biblioteca de Posgrado e investigación de la UNACH, como una fuente básica en propuestas de inversión.

En la zona de Chunchi, además de las propuestas presentadas se determinó también la necesidad de inversión en proyectos de lombricultura que actualmente está suspendido por debilidades en los procesos organizativos; además, según expresaron sus propios actores, la necesidad de fuentes de financiamiento que mejore los niveles de producción de la zona.

En la zona de Cumandá debido a su potencial productivo de cacao, se puede invertir también en empresas procesadoras de este producto, a pesar de que ven limitado el acceso al mercado por la facilidad en la venta del producto a los empresarios de zonas cercanas, sin embargo se puede realizar un estudio posterior que determine la factibilidad en la inversión de un centro de acopio para mejorar la producción y la venta del mismo.

En Riobamba se vio restringido el estudio del centro de lavado y planchado pues al realizar una investigación previa, se observó la falta de aceptación de la población, debido a la cultura del pueblo,

Se realizó el estudio de factibilidad de dos proyectos por cantón, tomando en consideración la generación de empleo, los índices de rentabilidad, la tasa interna de retorno, los mismos que están sujetos a la correspondiente revisión del comité de Gestión de la RIMHUCH, en el que se identificará la viabilidad de los mismos.

Presentación del primero borrador al comité de gestión de la RIMHUCH

Presentación del informe final.

2.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Las encuestas aplicadas en los cantones de Chunchi y Cumandá, para poder obtener el potencial empresarial entregaron los siguientes resultados.

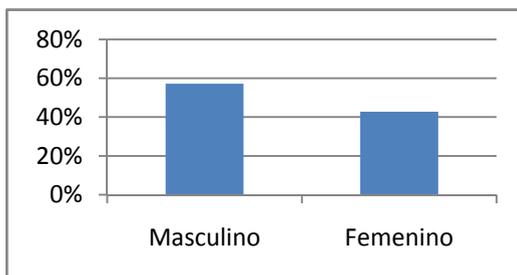
OBJETIVO: Obtener información necesaria para establecer el potencial productivo del sector, y generar una propuesta de mecanismos que ayuden al desarrollo del cantón

2.2.1 CHUNCHI

Lugar de residencia: Cantón Chunchi y sus alrededores

Género

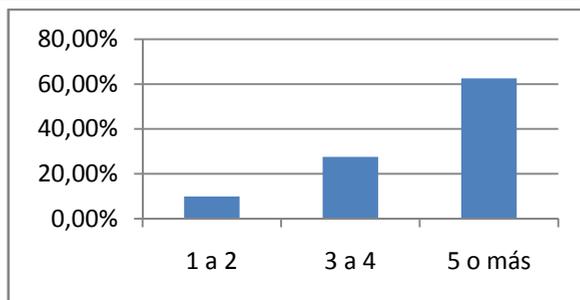
Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	139	57%
Femenino	104	43%
Total	243	100%



Según encuesta practicada en el cantón Chunchi, se pudo determinar que quienes ofrecieron información eran en 57% de hombres y un 43% de mujeres

¿Su hogar está conformado por?

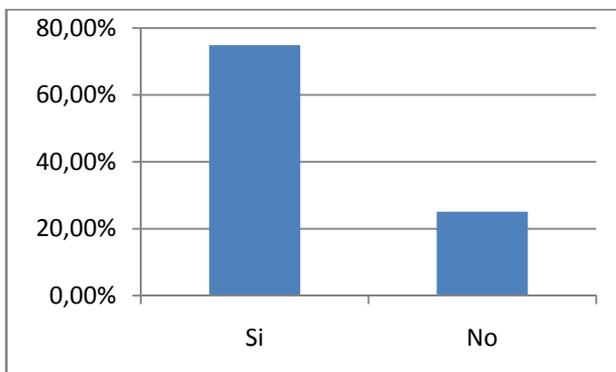
Su hogar está formado por	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2	24	9,88%
3 a 4	67	27,57%
5 o más	152	62,55%
Total	243	100,00%



El cuadro además refleja una existencia de 5 o más miembros conformantes de la familia en un 62,55%, también 27,57% con grupos familiares de hasta 4 miembros, y el resto o son solteros, recién casados o ya cuyos hijos han formado nuevos hogares.

¿Existe algún miembro migrante en la familia?

Existe algún miembro migrante en su familia	Frecuencia	Porcentaje
Si	182	74,90%
No	61	25,10%
Total	243	100,00%

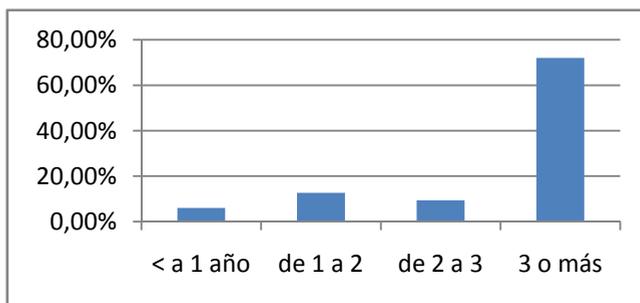


Se determina que al menos 3 de cada 4 familias tienen un familiar migrante.

A qué lugar migró La mayoría no quiso decir a dónde migraron, pero fue entre Estados Unidos, España, inclusive a Suecia.

¿Hace cuánto tiempo viajó?

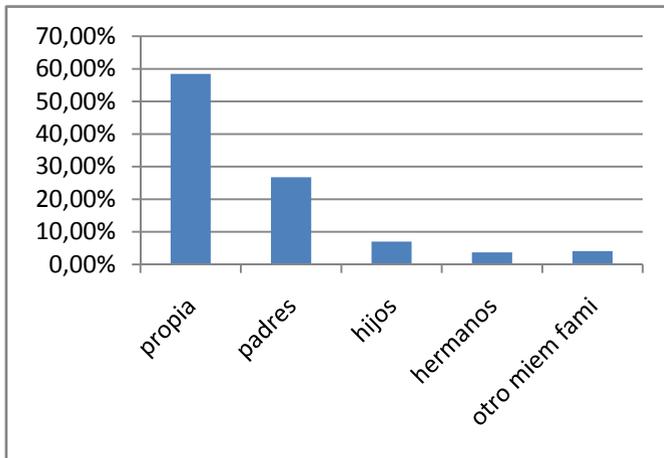
Hace que tiempo migró	Frecuencia	Porcentaje
< a 1 año	11	6,04%
de 1 a 2	23	12,64%
de 2 a 3	17	9,34%
3 o más	131	71,98%
Total	182	100,00%



El 71.98% de los migrantes del cantón lo hicieron hace 3 o más años, esto es en la época de la migración masiva; la diferencia en la frecuencia se debe a que en estos casos las personas ocultan la información.

¿El terreno es de propiedad?

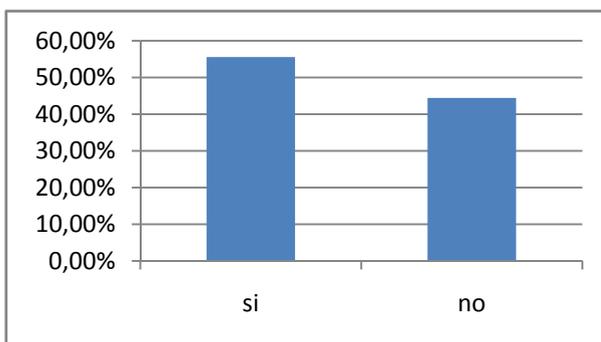
El terreno es de propiedad	Frecuencia	Porcentaje
Propia	142	58,44%
Padres	65	26,75%
Hijos	17	7,00%
Hermanos	9	3,70%
Otro miembros familiares	10	4,12%
Total	243	100,00%



Un 58.44% vive en terrenos de su propiedad, pero también se identifica que ocupan propiedades de otros miembros familiares, y por sus expresiones, aducen que los dueños están lejos.

¿El terreno tiene vías de acceso en buenas condiciones?

El terreno tiene vías de acceso en buenas condiciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	135	55,56%
No	108	44,44%
Total	243	100,00%

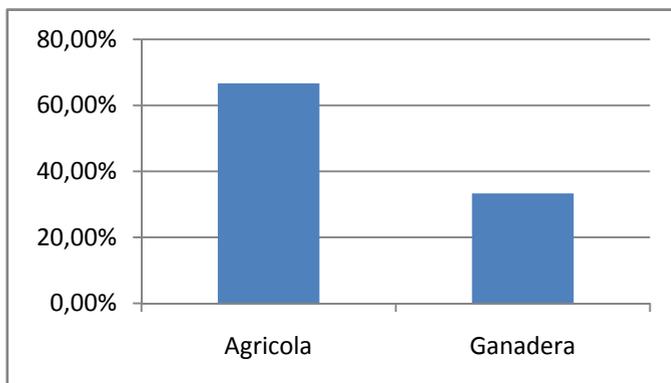


Existe un 44.44% de encuestados que informan que las vías de acceso a sus propiedades no se encuentran en buenas condiciones, mientras que el 55,56% expresan que las vías de acceso son adecuadas.

En la pregunta referente al tamaño aproximado de la propiedad existió mucha resistencia para responder.

¿La fuente fundamental de producción de la propiedad es?

Producción de la propiedad	Frecuencia	Porcentaje
Agrícola	162	66,67%
Ganadera	81	33,33%
Total	243	100,00%

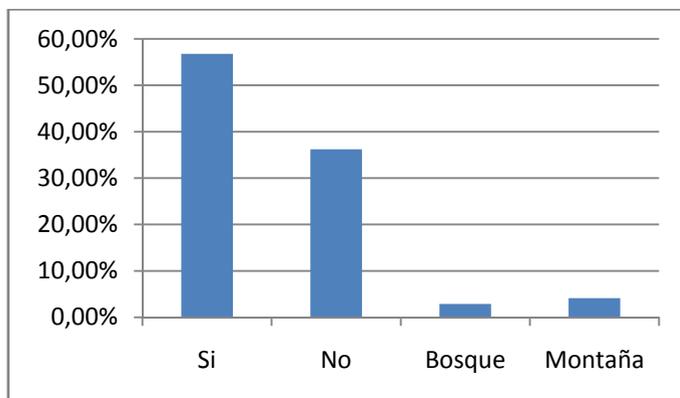


Las encuestas determinan que es un cantón agrícola y ganadero, los habitantes aducen que la mayor parte de sus cultivos son para consumo familiar, y el resto para la crianza y mantenimiento de ganado por lo que algunos se manifestaron solamente como agrícola el 66,67% y ganadera con el 33,33%.

SECTOR AGRICOLA

¿La propiedad es totalmente productiva?

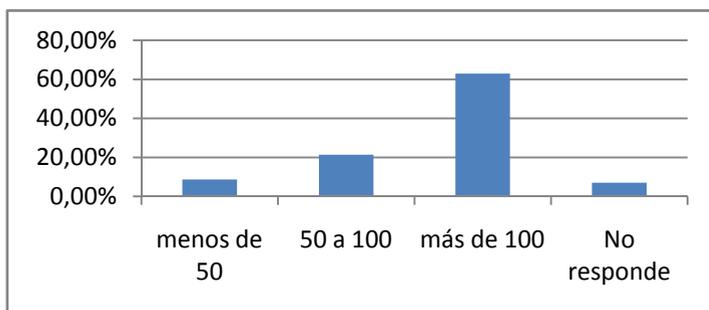
Propiedad Productiva	Frecuencia	Porcentaje
Si	138	56,79%
No	88	36,21%
Bosque	7	2,88%
Montaña	10	4,12%
Total	243	100,00%



Las propiedades en un 56.79% son totalmente laborables y cultivadas, el 36,21% no es cultivable, el resto está dedicada al pastoreo.

¿Cuánto dinero invierte anualmente para su trabajo en?

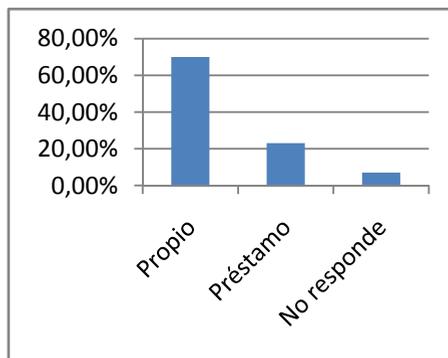
Inversión anual para su trabajo	Frecuencia	Porcentaje
menos de 50	21	8,64%
50 a 100	52	21,40%
más de 100	153	62,96%
No responde	17	7,00%
Total	243	100,00%



La inversión de cada uno de los propietarios para producir su tierra va de 50 a más de 100 dólares con un 21,4% de más de 100 el 62,6%,, esto es según el tamaño de su propiedad, también se registra una resistencia en la respuesta de un 7%

¿El dinero es?

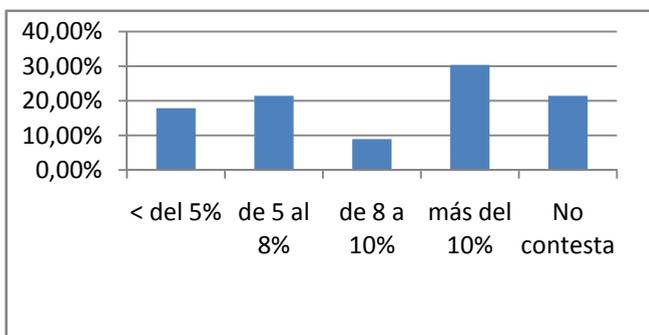
El dinero es	Frecuencia	Porcentaje
Propio	170	69,96%
Préstamo	56	23,05%
No responde	17	7,00%
Total	243	100,00%



Un 69.96% de sus habitantes dice que trabaja con dinero propio, el 23.05% con créditos para la producción de su terreno, un 7% no responde

¿Qué interés anual paga?

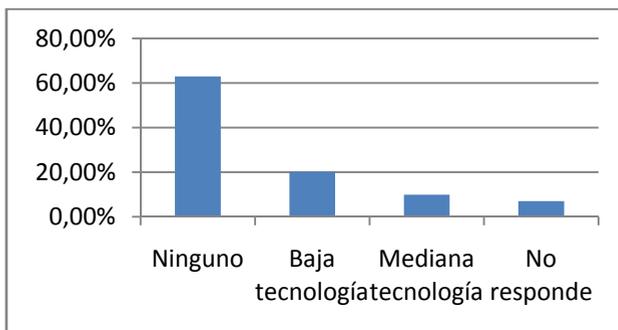
Qué tipo de interés paga	Frecuencia	Porcentaje
< del 5%	10	17,86%
de 5 al 8%	12	21,43%
de 8 a 10%	5	8,93%
más del 10%	17	30,36%
No contesta	12	21,43%
total	56	100,00%



Los altos intereses que afirmaban pagar aunque no sabían exactamente cuánto era, en muchos de los casos decían que es por sacar créditos no en instituciones financieras sino al chulco es decir donde prestamistas particulares

Para el cuidado del suelo ¿se usan métodos?

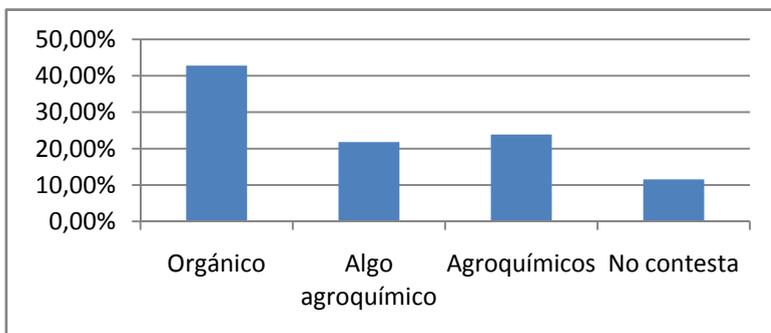
Métodos de cuidado de su suelo	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	153	62,96%
Baja tecnología	49	20,16%
Mediana tecnología	24	9,88%
No responde	17	7,00%
Total	243	100,00%



Los métodos utilizados para el manejo de sus tierras en un 62.96% dice ser el que han aprendido de sus padres y por la experiencia que tienen, el 20.16% sí utilizan de alguna manera la tecnología para buscar una mejor producción, los restantes utilizan mediana tecnología o no responde.

¿El sistema de abono es?

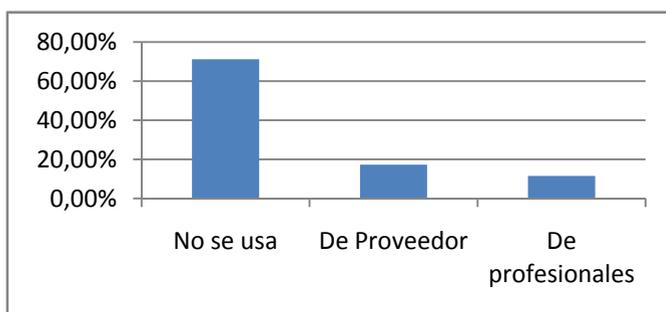
Abono	Frecuencia	Porcentaje
Orgánico	104	42,80%
Algo agroquímico	53	21,81%
Agroquímicos	58	23,87%
No contesta	28	11,52%
Total	243	100,00%



Para poder abonar sus tierras, el 42.8% de los habitantes se preocupa de utilizar el orgánico, el resto utiliza agroquímicos puros o en combinación con los anteriores

¿La asistencia técnica?

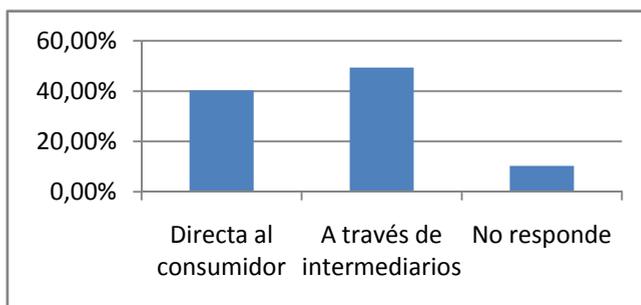
Asistencia técnica	Frecuencia	Porcentaje
No se usa	173	71,19%
De Proveedor	42	17,28%
De profesionales	28	11,52%
Total	243	100,00%



Los que utilizan abono orgánico que son un 71.19% y algunos más dijeron no necesitar asistencia técnica, en cambio los otros recibían de los proveedores de sus abonos.

¿Cómo efectúa la venta de sus productos?

Venta de sus productos	Frecuencia	Porcentaje
Directa al consumidor	98	40,33%
A través de intermediarios	120	49,38%
No responde	25	10,29%
Total	243	100,00%



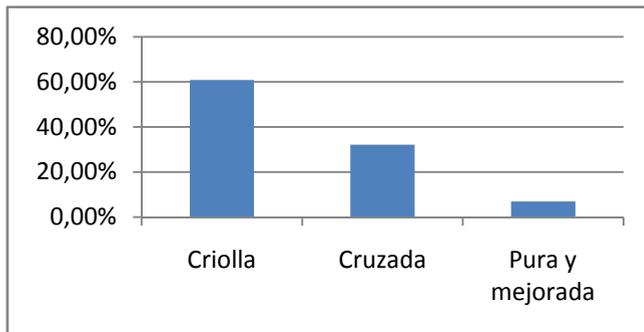
El 40.33% de los agricultores vende sus productos directamente al consumidor, en tanto que el 49.38% lo hace a través de intermediarios, el 10.29% no responde.

SECTOR GANADERO

En el caso de ser ganadera,

Tipo de Ganado	Frecuencia	Porcentaje
Criolla	70	60,87%
Cruzada	37	32,17%
Pura y mejorada	8	6,96%

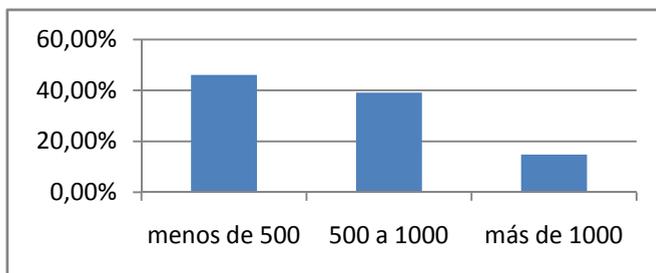
Total	115	100,00%
-------	-----	---------



Los pobladores de este cantón, en su mayoría prefieren la raza criolla, aunque sí existe una gran cantidad de cabezas de ganado cruzado, y muy pocos de raza pura.

Costo por cabeza de ganado

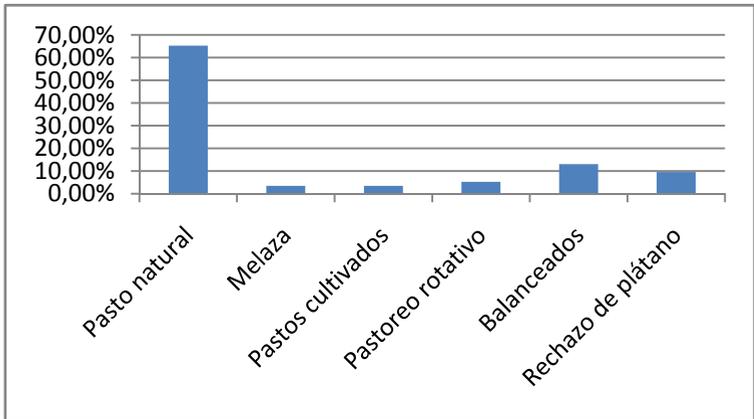
Costo por cabeza de ganado	Frecuencia	Porcentaje
menos de 500	53	46,09%
500 a 1000	45	39,13%
más de 1000	17	14,78%
Total	115	100,00%



El costo como se puede ver tiene mucha variación, mismo que va de menos de 500 a más de 1000 dólares por cabeza, valores supeditados a la edad y a la raza

Alimentación del ganado

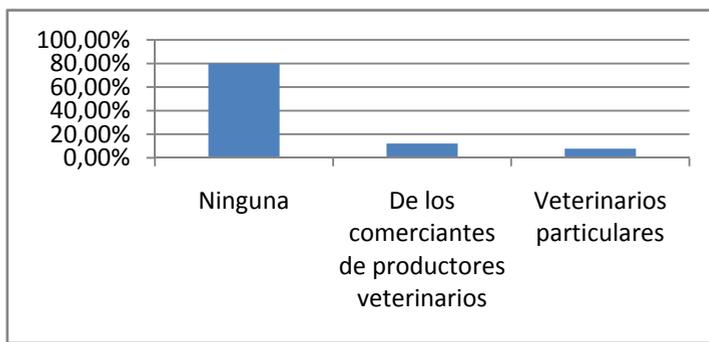
Alimentación del Ganado	Frecuencia	Porcentaje
Pasto natural	75	65,22%
Melaza	4	3,48%
Pastos cultivados	4	3,48%
Pastoreo rotativo	6	5,22%
Balanceados	15	13,04%
Rechazo de plátano	11	9,57%
Total	115	100,00%



Para alimentar a su ganado el 64.33% utiliza pasto natural, sin descartar que también consumen alimentos balanceados y rechazo de plátano.

¿La asistencia técnica para el cuidado de su ganado es?

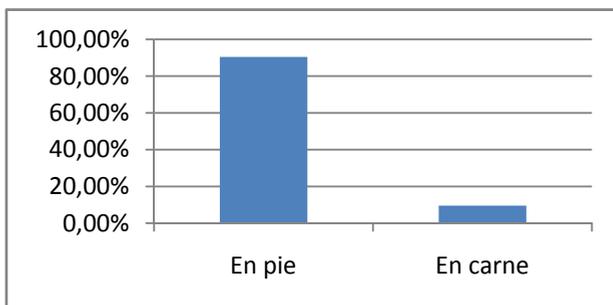
La asistencia técnica para el cuidado de su ganado es	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	92	80,00%
De los comerciantes de productores veterinarios	14	12,17%
Veterinarios particulares	9	7,83%
Total	115	100,00%



El 80% de sus habitantes dicen que ellos mismo se encargan del cuidado de su ganado, el resto recibe apoyo tanto de los proveedores de productos veterinarios así como de profesionales especializados.

¿Cómo vende el ganado?

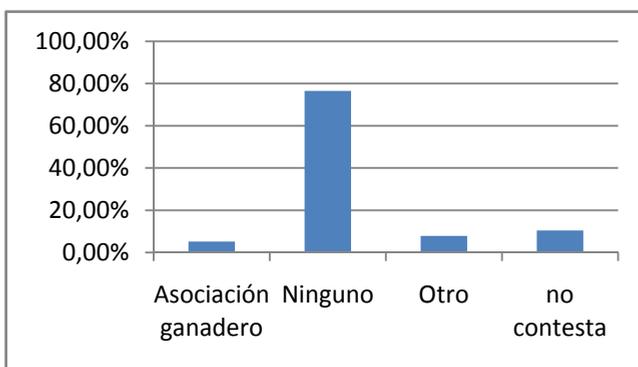
Cómo vende el ganado	Frecuencia	Porcentaje
En pie	104	90,43%
En carne	11	9,57%
Total	115	100,00%



Con mucha claridad, se puede determinar que la mayoría son comerciantes de ganado en pie, muy pocos venden en carne

En el cantón ¿Cuál es el sistema de organización productivo?

En el cantón cual es el sistema de organización productivo	Frecuencia	Porcentaje
Asociación ganadero	6	5,22%
Ninguno	88	76,52%
Otro	9	7,83%
no contesta	12	10,43%
Total	115	100,00%

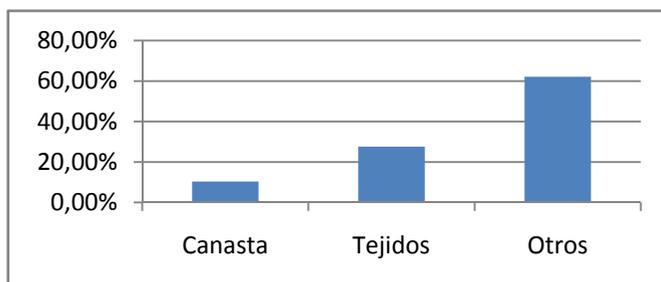


Como se puede identificar con claridad el 85.44% dicen no pertenecer a ninguna organización, aunque sin muy pocos que sí lo hacen.

SECTOR ARTESANAL

En el caso de dedicarse a la artesanía. ¿Su producto es?

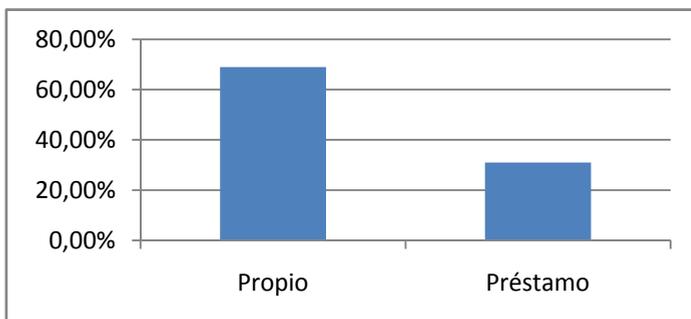
En el caso de dedicarse a la artesanía Su producto es	Frecuencia	Porcentaje
Canasta	3	10,34%
Tejidos	8	27,59%
Otros	18	62,07%
Total	29	100,00%



La población que no forma parte de los sectores anteriores, no tiene mucha tendencia a una artesanía definida, pues trabajan en lo que se presente como medio de subsistencia.

¿Con qué dinero trabaja en esta artesanía?

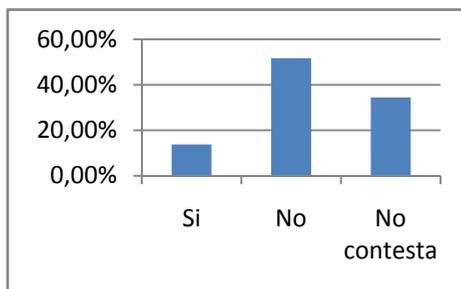
Con qué tipo de dinero trabaja	Frecuencia	Porcentaje
Propio	20	68,97%
Préstamo	9	31,03%
Total	29	100,00%



De los pocos que se dedican a la artesanía, más del 68.97% trabaja con capital propio.

Forma parte de alguna organización artesanal:

Forma parte de alguna organización artesanal	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	13,79%
No	15	51,72%
No contesta	10	34,48%
Total	29	100,00%

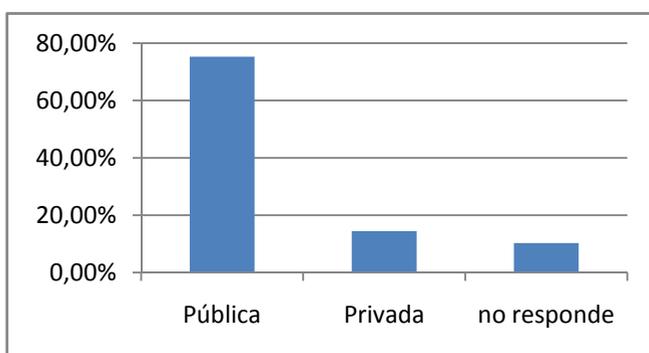


De este pequeño grupo, la mitad no da respuesta, pero un 51.72% dicen no pertenecer a ninguna organización..

SERVICIOS BASICOS

¿En su sector hay?: Luz eléctrica

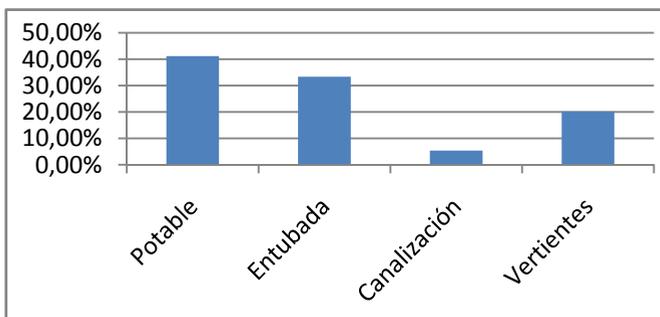
Luz eléctrica	Frecuencia	Porcentaje
Pública	183	75,31%
Privada	35	14,40%
no responde	25	10,29%
Total	243	100,00%



Es importante decir, que un 75.31% de sus habitantes poseen servicio de luz eléctrica de servicio público, aunque el resto logra solucionar su problema con plantas propias

Agua

Agua	Frecuencia	Porcentaje
Potable	100	41,15%
Entubada	81	33,33%
Canalización	13	5,35%
Vertientes	49	20,16%
Total	243	100,00%

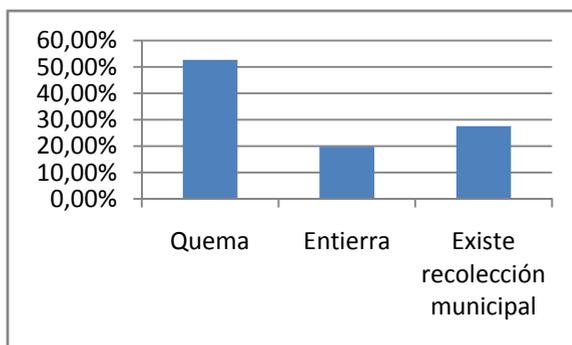


Es fácil entender que los que viven en la zona urbana y sus alrededores tienen servicio de agua potable, los más alejados utilizan agua entubada o vertientes.

¿Cómo se manejan los desechos?

Basura

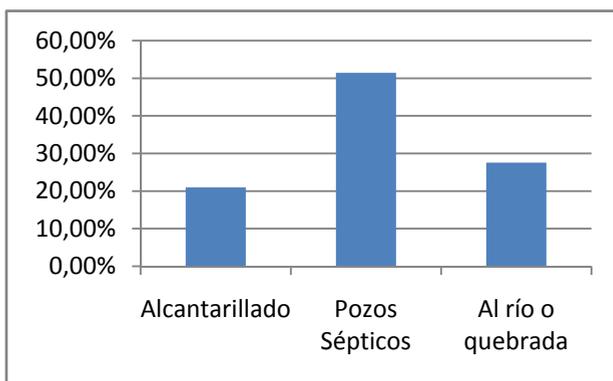
Basura	Frecuencia	Porcentaje
Quema	128	52,67%
Entierra	48	19,75%
Existe recolección municipal	67	27,57%
Total	243	100,00%



En los lugares donde es posible la circulación de los vehículos recolectores ellos retiran la basura, caso contrario lo queman o entierran

Aguas servidas

Aguas servidas	Frecuencia	Porcentaje
Alcantarillado	51	20,99%
Pozos Sépticos	125	51,44%
Al río o quebrada	67	27,57%
Total	243	100,00%



Como en el ítem anterior, se puede entender que los que viven en la zona urbana y sus alrededores tienen servicio de alcantarillado, un gran porcentaje utiliza pozos sépticos, pero no faltan pobladores que sus desechos lo envíen al río o quebrada, colaborando de esta manera con la contaminación del agua.

Qué tipo de empresa le gustaría emprender:

Cárnicos

Empresa de Lácteos

Tienda de Abarrotes

Crianza de Animales

Implementación de Invernaderos

Empresa de embutidos

Empresas de Quesos

Artesanías

2.2.2 CUMANDA

En el caso de Cumandá, con una encuesta igual a la de Chunchi, los resultados son:

Lugar de residencia: Cantón *Cumandá* y sus alrededores

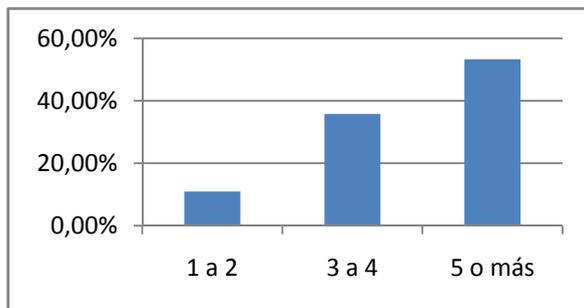
Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	61	45%
Femenino	76	55%
Total	137	100%

Según encuesta practicada en el cantón Cumandá, se pudo determinar que quienes ofrecieron información eran en 45% de hombres y un 55% de mujeres

Su hogar está conformado por

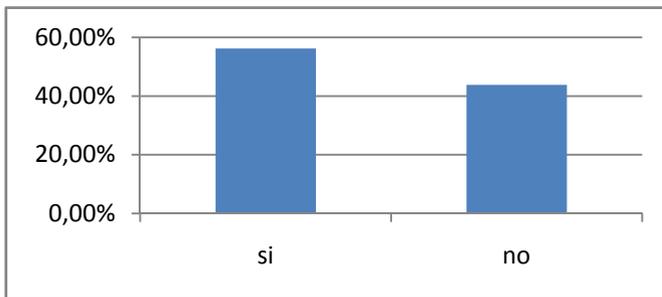
Su hogar está formado por	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2	15	10,95%
3 a 4	49	35,77%
5 o más	73	53,28%
Total	137	100,00%



El cuadro además refleja una existencia de 5 o más miembros conformantes de la familia en un 53.8%, también 35.77% con grupos familiares de hasta 4 miembros, y el resto o son solteros, recién casados o ya cuyos hijos han formado nuevos hogares

Existe algún miembro migrante en la familia

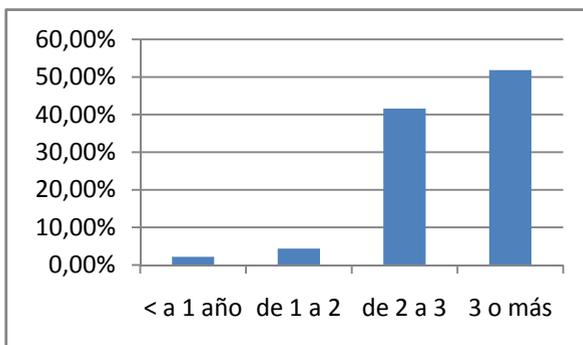
Existe algún miembro migrante en su familia	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	56,20%
No	60	43,80%
Total	137	100,00%



Se determina que al menos 3 de cada 4 familias tienen un familiar migrante

A qué lugar migró. Hace cuánto tiempo viajó

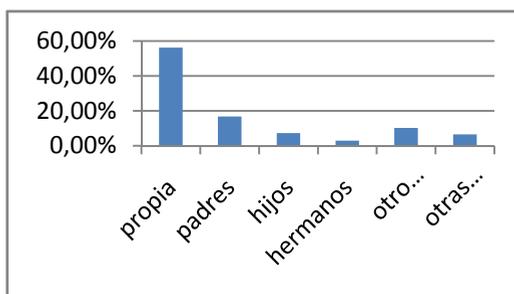
Hace que tiempo migró	Frecuencia	Porcentaje
< a 1 año	3	2,19%
de 1 a 2	6	4,38%
de 2 a 3	57	41,61%
3 o más	71	51,82%
Total	137	100,00%



Al realizar una observación del cuadro, un 51.82% de los migrantes del cantón lo hicieron hace 3 o más años, esto es en la época de la migración masiva, otro alto porcentaje como es el 41.61% entre 2y 3 años

El terreno es de propiedad

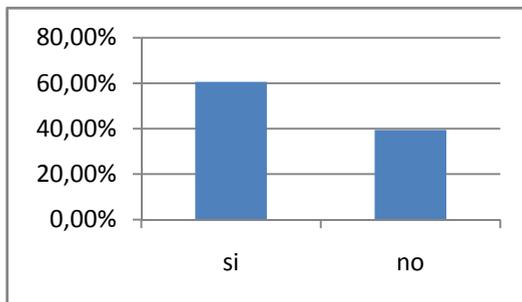
El terreno es de propiedad	Frecuencia	Porcentaje
propia	77	56,20%
padres	23	16,79%
hijos	10	7,30%
hermanos	4	2,92%
otro miem fami	14	10,22%
otras familias	9	6,57%
Total	137	100,00%



Con el cuadro, se hace muy claro observar que un 56.20% viven en terrenos de su propiedad, pero también se identifica que viven en propiedades de otros miembros familiares, y por sus expresiones que era porque los dueños estaban lejos e inclusive algunos viven en terrenos de otras familias.

El terreno tiene vías de acceso en buenas condiciones

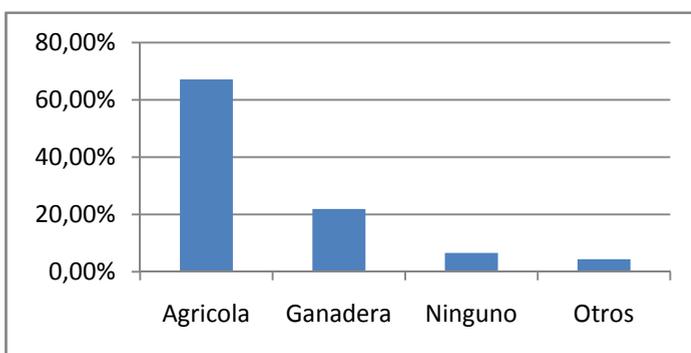
El terreno tiene vías de acceso en buenas condiciones	Frecuencia	Porcentaje
si	83	60,58%
no	54	39,42%
Total	137	100,00%



Al parecer, el I. Municipio del Cantón Cumandá, mantiene el sistema de vías en buenas condiciones, porque existe cerca de un 60.58% de sus habitantes encuestados informaron que las vías de acceso a sus propiedades se encuentran en buenas condiciones, , pero el 39.42% dice lo contrario, situación que les dificulta la comercializar sus productos.

La fuente fundamental de producción de la propiedad es:

La fuente fundamental de producción de la propiedad es:	Frecuencia	Porcentaje
Agrícola	92	67,15%
Ganadera	30	21,90%
Ninguno	9	6,57%
Otros	6	4,38%
Total	137	100,00%

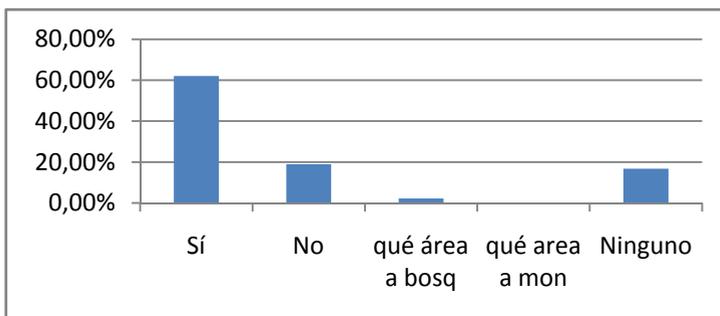


Las encuestas determinan que es un cantón principalmente agrícola y ganadero, con alta producción de los cultivos que quisieran comercializar, pero también no es posible descartar que un alto 21.74% de sus habitantes comparte con la producción ganadera,

SECTOR AGRICOLA

La propiedad es totalmente productiva

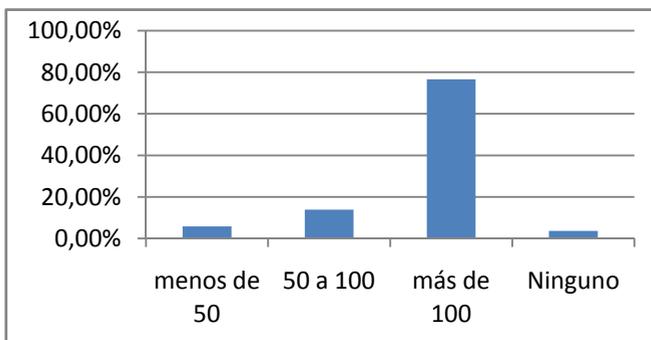
La propiedad es totalmente productiva	Frecuencia	Porcentaje
Sí	85	62,04%
No	26	18,98%
qué área a bosq	3	2,19%
qué area a mon		0,00%
Ninguno	23	16,79%
Total	137	100,00%



Las propiedades en un 63.85% son totalmente laborables y productivas el resto dice que la parte no cultivada está dedicada al pastoreo y bosque

Cuánto dinero invierte anualmente para su trabajo en:

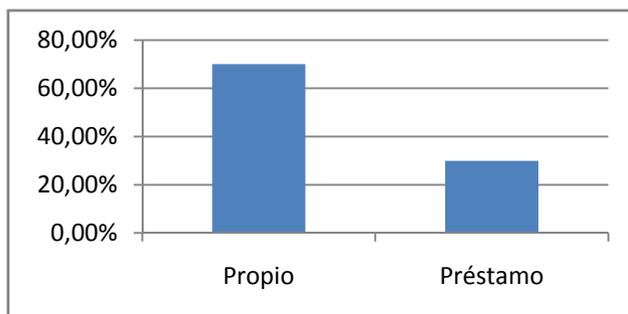
Cuánto dinero invierte anualmente para su trabajo	Frecuencia	Porcentaje
menos de 50	8	5,84%
50 a 100	19	13,87%
más de 100	105	76,64%
Ninguno	5	3,65%
Total	137	100,00%



La inversión de cada uno de los propietarios para producir su tierra va de 50 a más de 100 dólares, esto es según el tamaño de su propiedad, siendo la esta última opción más de un 77,64%

El dinero es

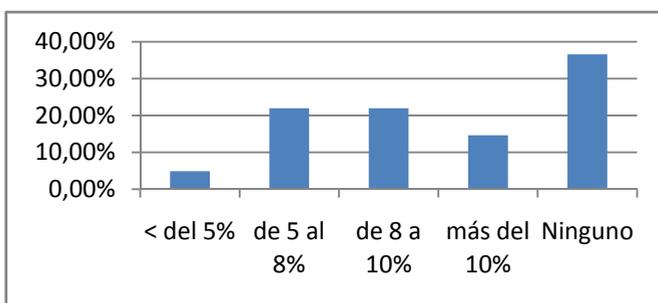
El dinero es	Frecuencia	Porcentaje
Propio	96	70,07%
Préstamo	41	29,93%
Total	137	100,00%



Un 29,93% de sus habitantes dice que trabaja con créditos para la producción de su terreno, en cambio el resto utiliza capital propio

Qué interés anual paga

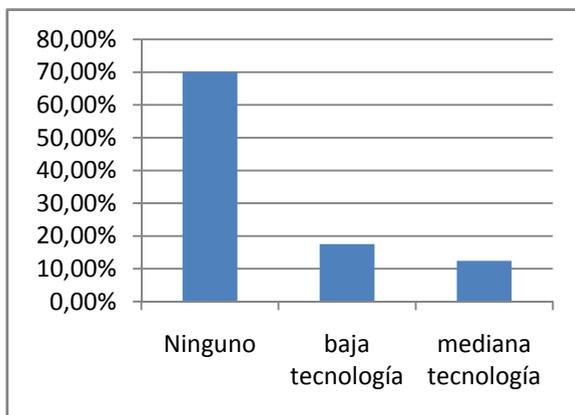
Qué tipo de interés paga	Frecuencia	Porcentaje
< del 5%	2	4,88%
de 5 al 8%	9	21,95%
de 8 a 10%	9	21,95%
más del 10%	6	14,63%
Ninguno	15	36,59%
total	41	100,00%



Los intereses que afirmaban pagar, en muchos de los casos decían que es por sacar créditos no en instituciones financieras sino al chulco es decir donde prestamistas particulares.

Para el cuidado del suelo se usan métodos

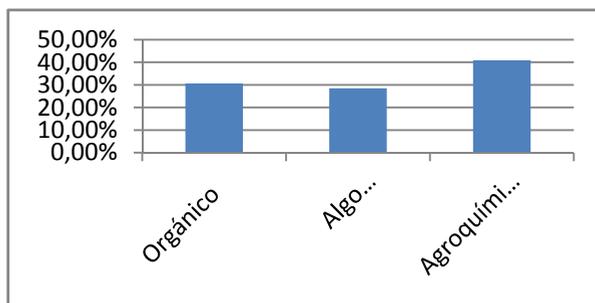
Para el cuidado de su suelo usa métodos	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	96	70,07%
baja tecnología	24	17,52%
mediana tecnología	17	12,41%
total	137	100,00%



Los métodos utilizados para el manejo de sus tierras en in 70.07% dice ser el que han aprendido de sus padres y por la experiencia que tienen, el resto sí utilizan de alguna manera la tecnología para buscar una mejor producción

El sistema de abono es

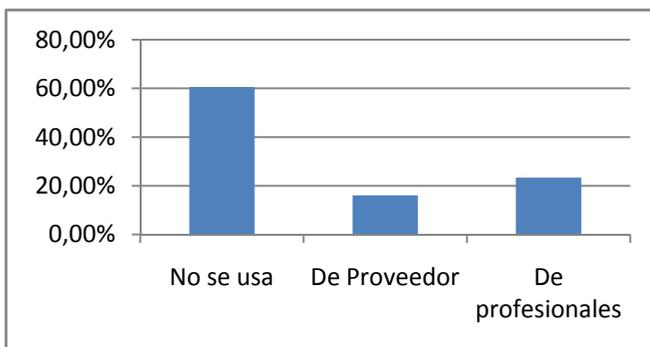
El sistema de abono es	Frecuencia	Porcentaje
Orgánico	42	30,66%
Algo agroquímicos	39	28,47%
Agroquímicos	56	40,88%
total	137	100,00%



Para poder abonar sus tierras, el 33.94% de los habitantes se preocupa de utilizar el orgánico, el resto, que es la mayoría utiliza agroquímicos puros o en combinación con los anteriores

La asistencia técnica

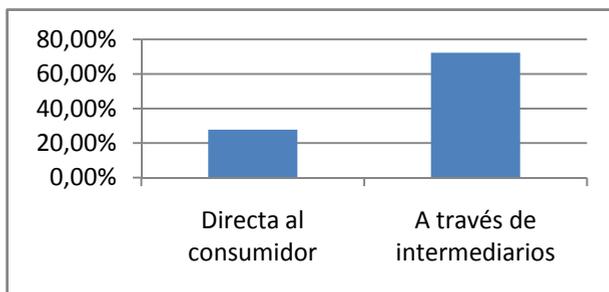
La asistencia técnica	Frecuencia	Porcentaje
No se usa	83	60,58%
De Proveedor	22	16,06%
De profesionales	32	23,36%
Total	137	100,00%



La mayoría de los encuestados, es decir un 57.89% dice que no necesita ningún tipo de asistencia técnica para el manejo de sus propiedades, el resto, en cambio recibían de los proveedores de sus productos.

Cómo efectúa la venta de sus productos

Cómo efectúa la venta de sus productos	Frecuencia	Porcentaje
Directa al consumidor	38	27,74%
A través de intermediarios	99	72,26%
Total	137	100,00%

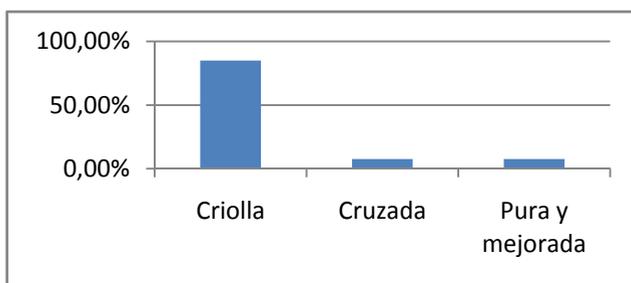


Está muy claro, que más de la mitad de los agricultores que han logrado vender sus productos, lo hace utilizando intermediarios.

SECTOR GANADERO

En el caso de ser ganadera,

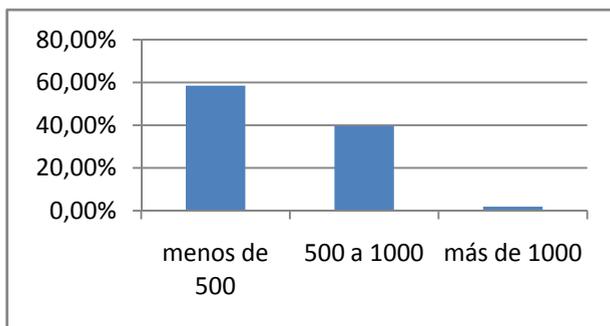
En caso de ser ganadera cual es el tipo de ganado	Frecuencia	Porcentaje
Criolla	45	84,91%
Cruzada	4	7,55%
Pura y mejorada	4	7,55%
Total	53	100,00%



Los ganaderos de este cantón, en su mayoría prefieren la raza criolla, aunque sí existe una gran cantidad de cabezas de ganado cruzado, y muy pocos de raza pura.

Costo por cabeza de ganado

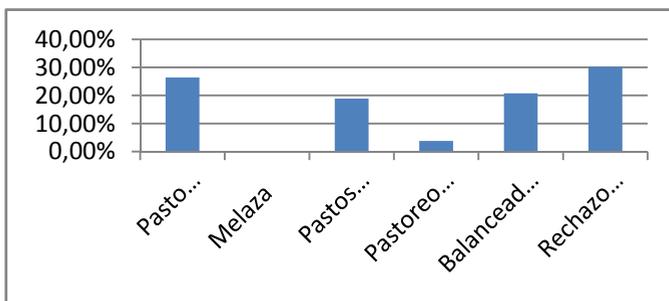
Costo por cabeza de ganado	Frecuencia	Porcentaje
menos de 500	31	58,49%
500 a 1000	21	39,62%
más de 1000	1	1,89%
Total	53	100,00%



El costo como se puede ver tiene mucha variación, mismo que va de menos de 500 a más de 1000 dólares por cabeza, valores supeditados a la edad y a la raza

Alimentación del ganado

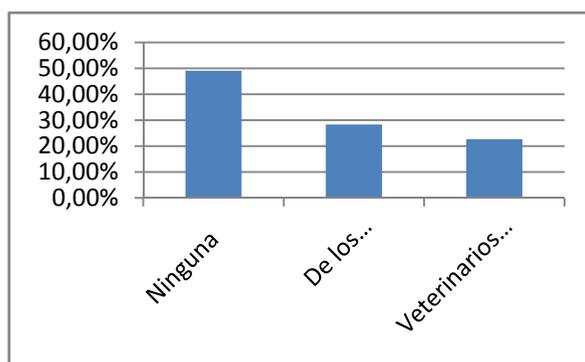
Alimentación del ganado	Frecuencia	Porcentaje
Pasto natural	14	26,42%
Melaza	0	0,00%
Pastos cultivados	10	18,87%
Pastoreo rotativo	2	3,77%
Balanceados	11	20,75%
Rechazo de plátano	16	30,19%
Total	53	100,00%



Los ganaderos de este sector en una gran parte utilizan medios del lugar como base alimenticia para su ganado esto es rechazo de plátano y pasto natural, porque les resulta mucho más económico y es mejor

La asistencia técnica para el cuidado de su ganado es:

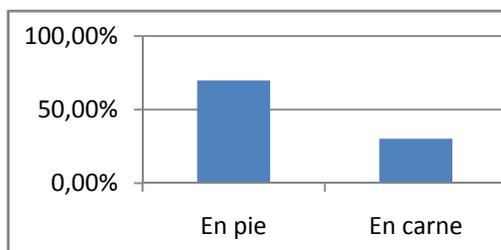
La asistencia técnica para el cuidado de su ganado es	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	26	49,06%
De los comerciantes de productores veterinarios	15	28,30%
Veterinarios particulares	12	22,64%
Total	53	100,00%



El 49.06% de sus habitantes dicen que ellos mismo se encargan del cuidado de su ganado, el resto recibe apoyo tanto de los proveedores de productos veterinarios asó como de profesionales especializados, por lo que sí se puede entender hay una mayor preocupación por un cuidado técnico de su ganado

¿Cómo vende el ganado?

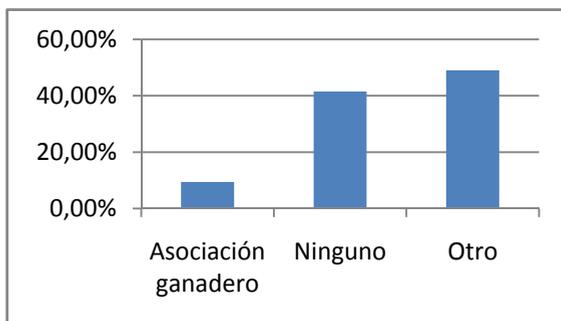
Cómo vende el ganado	Frecuencia	Porcentaje
En pie	37	69,81%
En carne	16	30,19%
Total	53	100,00%



Con mucha claridad, se puede determinar que la mayoría son comerciantes de ganado en pie, muy pocos son productores para comercializar su ganado como carne

En el cantón cuál es el sistema de organización productivo

En el cantón cual es el sistema de organización productivo	Frecuencia	Porcentaje
Asociación ganadero	5	9,43%
Ninguno	22	41,51%
Otro	26	49,06%
Total	53	100,00%

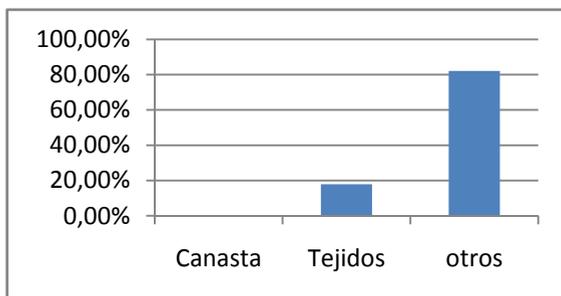


En este cantón, tienen asociaciones una integración muy particular para su producción, aunque un elevado porcentaje dicen ser independientes

SECTOR ARTESANAL

En el caso de dedicarse a la artesanía. Su producto es

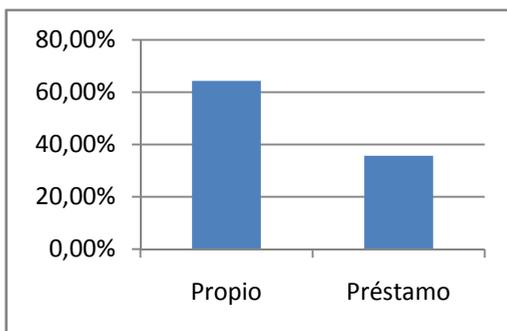
En el caso de dedicarse a la artesanía Su producto es	Frecuencia	Porcentaje
Canasta	0	0,00%
Tejidos	5	17,86%
otros	23	82,14%
Total	28	100,00%



Con los datos expuestos en el cuadro, demuestra que es un cantón nada artesanal, aunque algunos tienen que hacerlo en lo que se presente como medio de subsistencia.

Con qué dinero trabaja en esta artesanía

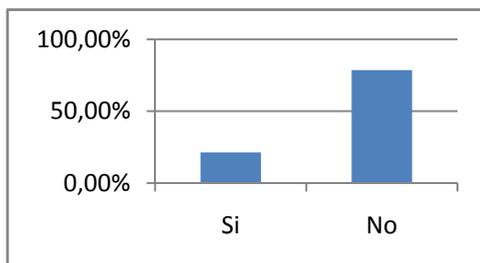
Con qué tipo de dinero trabaja	Frecuencia	Porcentaje
Propio	18	64,29%
Préstamo	10	35,71%
Total	28	100,00%



Del escaso grupo que se dedican a la artesanía, más del 91% trabaja con capital propio.

Forma parte de alguna organización artesanal:

Forma parte de alguna organización artesanal	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	21,43%
No	22	78,57%
Total	28	100,00%

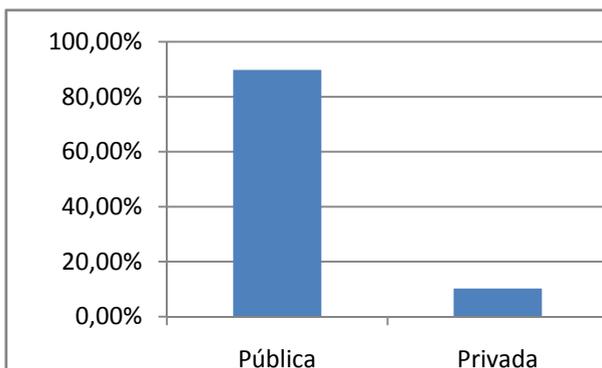


De este pequeño grupo, pero un 21.43% dicen sí pertenecer a ninguna organización. Gremial, el resto son independientes.

SERVICIOS BASICOS

En su sector hay: Luz eléctrica

Luz eléctrica	Frecuencia	Porcentaje
Pública	123	89,78%
Privada	14	10,22%
Total	137	100,00%

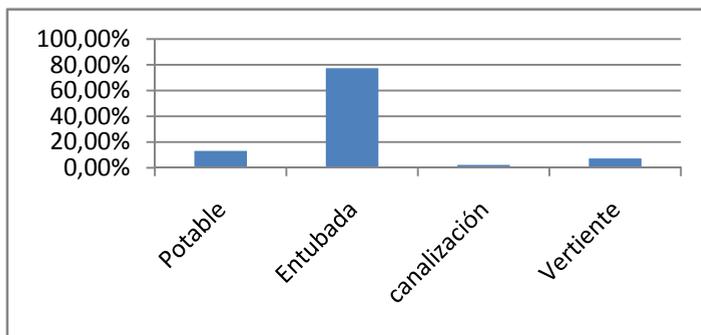


Es importante decir, que un 99.19% de sus habitantes poseen servicio de luz eléctrica de servicio público, aunque

el resto logra solucionar su problema con planta propia, pero sí se puede concluir que es un lugar bien atendido eléctricamente

Agua

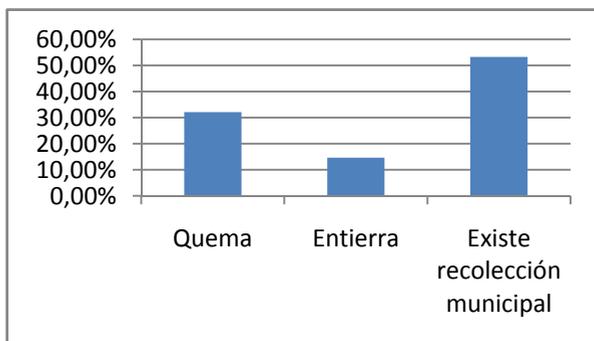
Agua	Frecuencia	Porcentaje
Potable	18	13,14%
Entubada	106	77,37%
canalización	3	2,19%
Vertiente	10	7,30%
Total	137	100,00%



Es fácil entender que los que viven en la zona urbana y sus alrededores tienen servicio de agua potable, esto es un 13.14%, pero más del 77% utiliza agua solamente entubada y el resto por otros medios.

Cómo se manejan los desechos: Basura

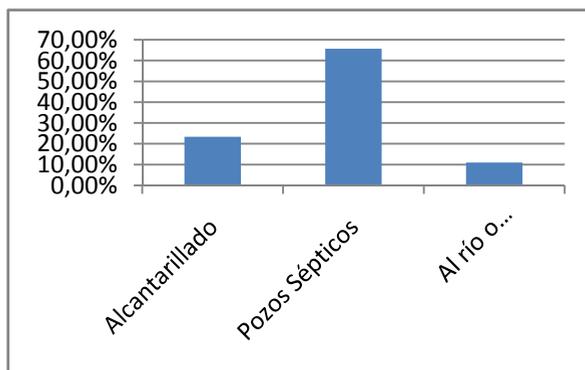
Basura	Frecuencia	Porcentaje
Quema	44	32,12%
Entierra	20	14,60%
Existe recolección municipal	73	53,28%
Total	137	100,00%



En los lugares donde es posible la circulación de los vehículos recolectores ellos retiran la basura, caso contrario lo queman o entierran.

Aguas servidas

Aguas servidas	Frecuencia	Porcentaje
Alcantarillado	32	23,36%
Pozos Sépticos	90	65,69%
Al río o quebrada	15	10,95%
Total	137	100,00%



Como en el ítem anterior, se puede entender que los que viven en la zona urbana y sus alrededores tienen servicio de alcantarillado, un gran porcentaje utiliza pozos sépticos, pero no faltan pobladores que sus desechos lo envíen al río o quebrada, colaborando de esta manera con la contaminación del agua

Qué tipo de empresa le gustaría emprender:

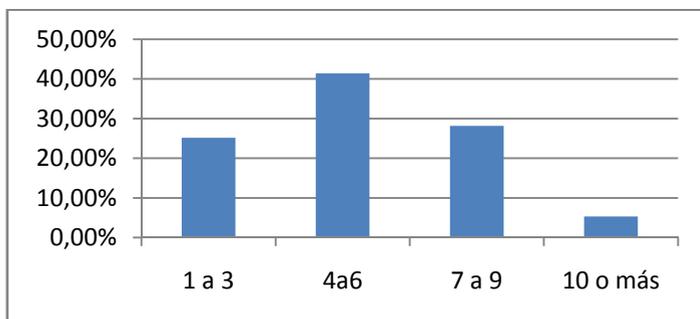
Cacao
Avícola
Agrícola
Lácteos
Embutidos
Balanceado
Cítricos
Ganadera
Procesadora de la caña

2.2.3 ESTUDIO DE MERCADO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA

SERVICIOS DE HOGAR

¿Cuántos miembros tienen su familia?

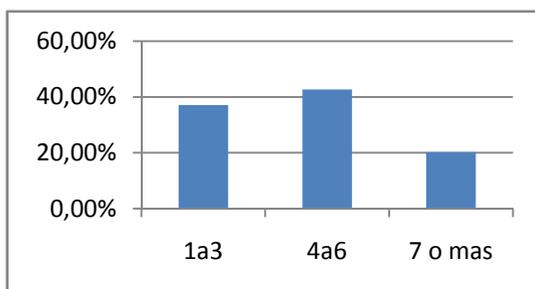
¿Cuántos miembros tienen su familia?	FRECUENCIA	%
1 a 3	76	25,17%
4a6	125	41,39%
7 a 9	85	28,15%
10 o más	16	5,30%
TOTAL	302	100,00%



En la ciudad de Riobamba, los hogares en un 41.39% están constituidos por 4 a 6 miembros, en un 28.15% ce 7 a 9 , 25.17% de 1 a 2 miembros, el resto del porcentaje más de 10 miembros.

¿Cuántos dormitorios tienen su vivienda?

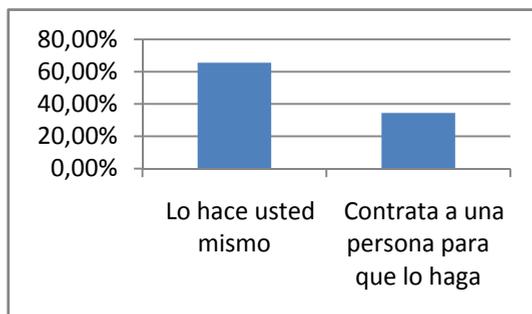
¿Cuántos dormitorios tienen su vivienda?	FRECUENCIA	%
1a3	112	37,09%
4a6	129	42,72%
7 o mas	61	20,20%
TOTAL	302	100,00%



En un 42.72% los hogares poseen de 4 a 6 dormitorios, , un 37.09% de hasta 3 y el resto de 7 o más..

¿Cómo realiza el aseo de su hogar?

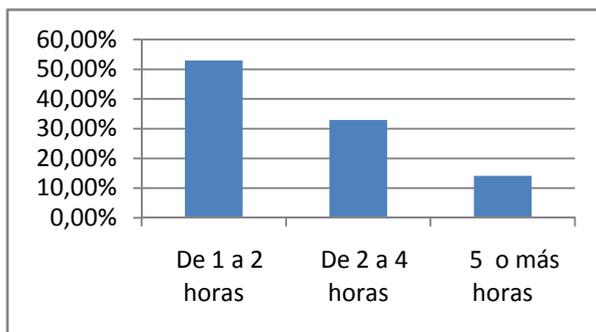
¿Cómo realizar el aseo de su hogar?	FRECUENCIA	%
Lo hace usted mismo	198	65,56%
Contrata a una persona para que lo haga	104	34,44%
TOTAL	302	100,00%



El trabajo de la limpieza en un 65.56%, lo hacen los mismos integrantes, en cambio un 34.44% contrata los servicios de otras personas

¿Qué tiempo dedica a esta actividad?

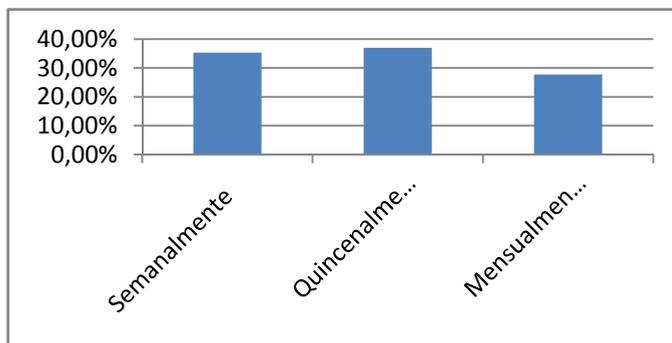
Qué tiempo dedica a esta actividad	FRECUENCIA	%
De 1 a 2 horas	90	52,94%
De 2 a 4 horas	56	32,94%
5 o más horas	24	14,12%
TOTAL	170	100,00%



Para la limpieza de su hogar, el 52.94% utiliza hasta una hora, el 32.94% dedica hasta 4 horas, y el resto 5 o más horas..

¿Cada cuánto tiempo realiza la limpieza del jardín?

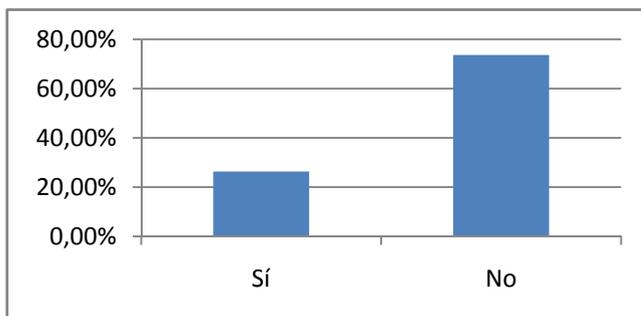
¿Cada cuánto tiempo realiza la limpieza del jardín?	FRECUENCIA	%
Semanalmente	42	35,29%
Quincenalmente	44	36,97%
Mensualmente	33	27,73%
TOTAL	119	100,00%



El mantenimiento del jardín en forma semanal lo realiza el 35.29%, el 36.97% cada 15 y el resto lo hace mensualmente.

¿Para el aseo de los vidrios de su vivienda, contrata personas especializadas?

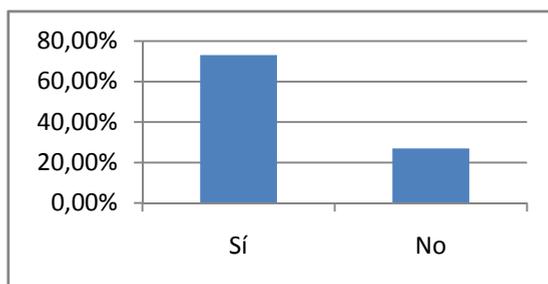
¿Para el aseo de los vidrios de su vivienda contrata personal especializada?	FRECUENCIA	%
Sí	44	26,35%
No	123	73,65%
TOTAL	167	100,00%



Para el aseo de los vidrios, el 26.35% de familias lo hacen con personal contratado el 73.65% lo ejecutan ellos mismo.

¿Le gustaría que exista un centro de atención a la limpieza de su hogar por hora?

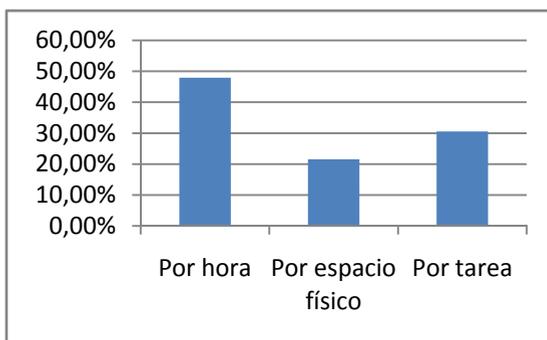
¿Le gustaría que exista un centro de Atención a la limpieza de su hogar por hora?	FRECUENCIA	%
Sí	122	73,05%
No	45	26,95%
TOTAL	167	100,00%



El 73.05% desean que se cree un centro encargado al desarrollo de estas actividades, el 26.95% dice que no.

Estaría dispuesto a pagar

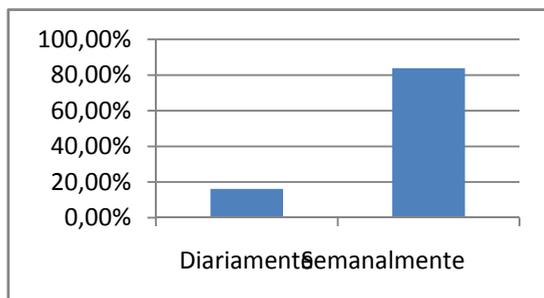
Estaría dispuesto a pagar	FRECUENCIA	%
Por hora	69	47,92%
Por espacio físico	31	21,53%
Por tarea	44	30,56%
TOTAL	144	100,00%



Del grupo encuestado, en un 47.92% está dispuesto a pagar por hora, el 30.56% por tarea y el 21.53% por espacio físico

Contrataría los servicios de este centro:

Contrataría los servicios de este centro:	FRECUENCIA	%
Diariamente	25	16,13%
Semanalmente	130	83,87%
TOTAL	155	100,00%



Los encuestados en un 16.13% dicen que podrían contratar para el cumplimiento de esta actividad diariamente, en cambio la gran mayoría el 83.87 lo haría semanalmente.

3. FACTIBILIDAD DE INVERSIÓN

3.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INVERSIÓN EN LA EMPRESA DE EMBUTIDOS “RICURAS PUÑAY” EN EL CANTÓN CHUNCHI.

OBJETIVO

Determinar la aceptación del producto “Ricuras Puñay” en el cantón Chunchi, provincia de Chimborazo como alternativa de inversión y generadora de empleo, que permita el dinamismo de la economía local, regional y nacional

3.1.1 Breve descripción del cantón Chunchi

Chunchi se encuentra ubicada al sur de la provincia de Chimborazo, la población del cantón, según el Censo del 2001, representa el 3,1 % del total de la provincia de Chimborazo; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un ritmo del -0,7 % promedio anual. El 72,7 % reside en el área Rural; se caracteriza por ser una población joven ya que el 52,6 % son menores de 20 años.

La PEA total del cantón según ramas de actividad es de 3.970 personas, siendo la rama de la agricultura, ganadería, pesca y silvicultura la que mayor concentración de la PEA presenta, el 60,8 %

La cobertura de servicios básicos como el agua potable es del 52,25%, el 39,95% de alcantarillado y el 89,48% de energía eléctrica.



3.1.2 Proceso de investigación de mercados

El mercado de embutidos constituido por oferentes y demandantes con necesidades y deseos específicos del producto, mediante el cual están dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga la necesidad

La investigación se basa fundamentalmente, en el resultado de la información obtenida en la aplicación de las encuestas que determinaron la situación productiva de la zona, considerando como la mejor posición de inversión de capital en la empresa de economía mixta Ricuras Puñay, que cuenta con la participación en sociedad del Municipio de Chunchi, y de 63 productores de ganado asociados, la misma que fue instalada con fondos del Fondo Ecuatoriano Popularium Progreso.

3.1.3 Definición del producto

“RICURAS PUÑAY”, dentro de su producción ofrece los productos de: Chuleta, mortadela, salchicha, chorizo, que por su composición pertenecen a los productos perecibles, por lo que su producción y comercialización debe ser realizada en períodos de reposición cortos.

3.1.4 Análisis y Proyección De La Demanda

Según el censo de población de 2001, que determina un total de 12474 habitantes, con una tasa de crecimiento de 1,3% , el mismo que brinda datos oficiales y por lo tanto confiables, se puede proyectar la población para el año 2009 de 14068, lo que permitirá establecer el mercado segmentado a las familias con ingresos económicos altos y medio altos, con el 65% de potencial consumidor, tomando en consideración los índices de pobreza por ingreso el mismo que se encuentra determinado en el siguiente cuadro:

Población potencial 2009

Cantones	Población Total	Población urbana	No familias	No familias
Chunchi	14068	4973	994,6	646,49
Riobamba	218019	181962	36392,4	21835,44
Alausi	48295	8111	1622,2	973,32
Cañar	231528	112064	22412,8	13447,68
EL Triunfo	38114	28093	5618,6	3371,16
Milagro	156.515	128.788	25757,6	15454,56
Total	706539	463991	92798,2	55728,65

**Fuente: INEC Pobreza por ingreso proyección población 2009, Porcentaje de demanda potencial 65%*

En función del cuadro presentado se estima por sondeo realizado que alrededor del 65% de la población objetivo

consume embutidos y productos cárnicos, lo cual nos da un total de 646 familias a nivel local.

Considerando los cantones de Chunchi, como zona de influencia del proyecto empresarial se puede proyectar una demanda anual de dicho sector de 31031,52 Kg/año como consumo potencial

Proyección demanda en Kg

Semanal	646,49
Mensual	2585,96
Anual	31031,52

PROYECCION DE INGRESO Y CONSUMO

Cn	=	Co(1+i)^n
31031,52	=	20113,92 (1+i)^8
(1+i)^8	=	1,543
(1+i)	=	1,054
i	=	0,054
P2010	=	48098.85 Kg

El precio promedio establecido en la actualidad para los productos ofertados de 1,86 dólares por libra, con un precio promedio por Kilogramo de 4,09 usd, considerando unos ingresos anuales de 196.724.29.

3.1.5 Análisis y proyección de la oferta.- oferta de embutidos en el Ecuador

PROVINCIA	EMBUTIDOS	
	TM	%
Imbabura	750	2.28
Pichincha	6770	20.5
Cotopaxi	3050	9.26
Chimborazo	1500	4.55
Azuay	7100	21.55
Loja	2120	6.44
Manabí	350	1.06
Guayas	4500	13.66
TOTAL	32,940	100.00

Fuente MAG 2006

Según el Banco Central del Ecuador, el consumo de embutidos a nivel nacional genera 120 millones de dólares al año, su demanda crece a una tasa del 5%.

En la actualidad este mercado ofrece 130 marcas, con el 63% de la industria registrada, el 40% con producción informal y en un porcentaje menor las importaciones

Los oferentes más importantes, que tienen posicionamiento en el mercado nacional son:

- Don Diego
- Plumrose
- Juris
- La Italiana
- Pronaca
- La Ibérica

La Ibérica capta mayoritariamente el mercado regional

La italiana crece anualmente a un promedio del 15%

Supermaxi, con su crecimiento vertical maneja un porcentaje menor de la oferta.

Según un estudio de Ipsa Group, en Quito y Guayaquil determinan la preferencia de consumo hacia las marcas Plumrose y Juris.

Existe también en el mercado nacional la presencia de ciertas marcas importadas preferentemente de los Estados Unidos generando un total de 288 mil dólares, con preferencia de consumo entre los hoteles y restaurantes de lujo.

Una fuente importante de la oferta proviene de la producción informal, a pesar de estar cuestionada por la mezcla de harinas y su ilegal comercialización.

3.1.6 FACTIBILIDAD DE INVERSION EN “RICURAS PUÑAY”

3.1.6.1 Estudio Técnico

Situación actual

En la actualidad la empresa está ubicada a 2 kilómetros de la cabecera cantonal, posee una infraestructura de aproximadamente 800 metros cuadrados, sus instalaciones son nuevas, lo que le ha permitido operar con normalidad, la planta procesadora tiene maquinaria con tecnología acorde a las necesidades, con una inversión total de 90 mil dólares. Dispone de cuartos fríos que permitan el mantenimiento de los productos en proceso y terminados, sin embargo de lo cual, en la distribución de la maquinaria

no existe un diseño óptimo que le permita maximizar la producción.

Para una mejor optimización de los procesos, las grandes empresas de embutidos poseen la siguiente distribución funcional de una planta:

- Sala de deshuesado
- Área de lavado de materia prima
- Sala de elaboración de embutidos
- Zona de cocción
- Cuartos de maduración
- Cámaras de productos terminados
- Bodega de especias
- Transporte de productos terminados

3.1.6.2 Situación Económica de la Empresa

Con una inversión de 90.000 usd, la planta tiene una capacidad instalada de 900 libras por semana 409 kg, sin embargo se comercializa únicamente 90,9

Inversión	90.000	Dólares
Capacidad productiva	900	lbs/sem
Comercialización	200	lbs/sem

Las condiciones actuales de comercialización de los diferentes productos que ofrece la empresa están registradas en el siguiente cuadro:

Producto	cost produc	precio venta
Chuleta	1,8	2
Utilidad total	1,9	2,25
Salchicha	1,1	1,2
Chorizo	1,8	2
Promedio	1,65	1,8625

CUADRO DE TECNOLOGIAS

Variables	A Prod. Deseada	B Prod actual
Capac. Produc	43200	9600
Inversion neces	90000	90000
Costo total	71280	15840
Ingreso total	80460	17880
Utilidad total	9180	2040
Costo unitario	1,65	1,65
Rentabilidad	0,102	0,023

Con la producción y comercialización actual la rentabilidad obtenida apenas alcanza al 2,3%, mientras que si se utiliza al máximo la capacidad instalada se obtiene una rentabilidad del 10,2% que aún así no justifica la inversión realizada, en todo caso los inversionistas pueden evitar el riesgo y decidir no invertir.

3.1.6.3 Punto de Equilibrio

Consideramos la fórmula para varios productos, pues la empresa genera 4 diversos productos a partir de la principal materia prima. Para las 900 libras de producción a un costo de 1,6 usd, se generan costos de producción de 155.520; en cuanto al sistema administrativo se debe incorporar a la empresa un gerente administrativo y un técnico de ventas de manera que se pueda incrementar la comercialización

del producto, además se han considerado los costos financieros para un fondo de 30.000 programado, lo que en resumen nos indica el total de costos.

COSTOS TOTALES	USD
Costo producción	155.520
Costo administración	8.080
Costo ventas	6.780
Costo financiero	3.600
Total costos	173.980

De otra parte con el mismo sistema de producción y comercialización los ingresos esperados por la venta del producto ascienden a:

INGRESOS	
INGRES TOTAL	172.800

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{YT}} = \frac{18460}{1 - \frac{155520}{172800}} = 184600USD$$

Lo que determina que la empresa está trabajando a pérdida, pues sus niveles no alcanzan el valor al punto de equilibrio.

FLUJO DE CAJA ACTUAL:

	año 1	2	3	4	5	
Ingresos	17880	18005,16	18131,20	18258,11	18385,92	
Egresos	15840	15950,88	16062,54	16174,97	16288,20	
	-90000	2040	2054,28	2068,66	2083,14	2097,72

Van	6.962,78
Tir	

Para tan alta inversión, y con un flujo de caja disminuido, se registra una tasa interna de retorno negativa.

3.1.6.4 Inversiones del Proyecto

En el siguiente cuadro se presenta la inversión necesaria para el proyecto, en el mismo que quedan desglosados los valores correspondientes a inversión en activo fijo para que la planta empiece a funcionar, así como los gastos operacionales que requiere una inversión, se destina además rubros para la capacitación

RUBROS	INVERSIONES REALIZADAS	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL INVERSION
A. INVERS FIJA			
A.1 Activo fijo			106500
Terreno	15000		15000
Construcciones	38000		38000
Maquin Equip	37000	15000*	52500
Mueb y ense			
Imprevistos		1500	
A.2 Acti diferí			8060
Gastos de constituc		5500	5500
Gastos de prom		1500	1500
Capacitación		700	700
Intereses		360	360
B. Materia prima			7150
Mater. Prim exist		3500	3500
Insumos		750	750
Mano de obra		750	750
Caja Bancos		1500	1500
Contingencias		650	650
TOTAL	90000	31710	121710

Considerando la implementación de una nueva máquina cortadora de carne congelada para chuletas con el que se pretende mejorar la capacidad productiva

FLUJO DE CAJA ESPERADO

AÑOS	1	2	3	4	5
Ingresos	80460	80460	80460	80460	80460
Egresos	71280	71280	71280	71280	71280
-30000	9180	9180	9180	9180	9180

VAN	30.955,82
TIR	16%

Con la utilización al máximo de la capacidad instalada y con un sistema de comercialización adecuado se registra una tasa interna de retorno del 16% que ya se considera representativo ante la inversión

La inversión en la implementación de una planta de producción busca generar el máximo beneficio para quienes deciden invertir, sin embargo, dadas las condiciones de baja capacidad de decisión de quienes la dirigen genera situaciones conflictivas dentro de una organización, lo que conduce a la paralización y peor aún al cierre de las mismas, ocasionando una pérdida total de la inversión. Este es el caso de la empresa “Ricuras Puñay”, que por el bajo sistema de comercialización, y el debilitamiento del sistema organizativo no ha permitido alcanzar los niveles de rentabilidad esperados.

3.1.6.5 Flujo de caja programado con la nueva maquinaria

El siguiente cuadro refleja el avance de la condición económica de la empresa considerando la implementación de la nueva maquinaria que duplique la producción de chuleta y generando valor agregado que incremente el volumen de ventas, y permita la consideración de éste como producto estrella.

Flujo de caja programado	1	2	3	4	5
Ingresos	172800	172800	172800	172800	172800
Egresos	155520	155520	155520	155520	155520
-31710	17280	17280	17280	17280	17280

VAN	23.145,77
TIR	46%

Considerando la instalación de la planta, la misma que fue realizada con fondos de ayuda externa y la que no se le ha podido monitorear, cuyos fondos ascienden a \$ 90.000, y estableciendo como política local una nueva inyección de capital, lo que nos demuestra que con la inversión deseada se puede obtener ya un margen de utilidad óptimo que mejore la condición de la empresa, genere rentabilidad y dinamice la economía local regional y nacional.

3.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INVERSION EN UN CENTRO DE ACOPIO DE LECHE EN EL CANTON CHUNCHI

OBJETIVO:

Determinar la factibilidad de la implementación de un centro de acopio de leche en el cantón Chunchi, provincia de Chimborazo como alternativa de inversión y generadora de empleo, que permita el dinamismo de la economía local, regional y nacional

Centro de acopio

El centro de acopio que se pretende implantar tiene como finalidad mejorar la calidad del producto con enfriado óptimo, permitiendo el acceso a nuevas tecnologías de producción, que le permita mejorar el precio y obtener mayores utilidades.

Los productores asociados mejorarán las técnicas en el manejo de la leche, con costos que disminuyen a nivel gremial

3.2.1 Proceso de Investigación De Mercado

La producción lechera, se ha concentrado en la región interandina, según los datos del censo agropecuario de 2000 el 73% de la producción nacional de leche se la realiza en la Sierra, aproximadamente un 19% en la Costa y un 8% en el Oriente y Región Insular.

El mercado de producción de leche pasteurizada en la zona Centro Sur del país, está posicionado por marcas como Nutri leche, Prolac, Vita lac. En las provincias de la costa no se

registra una producción de éste tipo, pues lo destinan principalmente a producción de carne

La tecnología busca optimizar el rendimiento en la producción, a nivel nacional, según datos del MAGAP, este rendimiento pasó de 3,9 lts/ vaca en el 74 a 4,4 Lt/vaca/día en el 2000, por lo que se considera área de crecimiento.

El mayor oferente a nivel zonal se considera Nutri leche, convirtiéndose en el mayor captador de los insumos del sector en donde, los productores de la zona de Chunchi, se han convertido en proveedores de esta materia prima, con los beneficios que dicha empresa les ofrece.

3.2.2 Factibilidad de inversión.- estudio técnico:

Debido a la competencia existente en la zona, sobre todo de empresas posicionadas en el mercado nacional, se propone la creación de un centro de acopio de manera que sean los propios productores asociados quienes fijen los precios de venta por litro de leche, para lo cual se vuelve necesaria la inversión en:

INVERSION	Valor usd	Capacidad
Tanque de enfriamiento	12000	3000
Vehículo a diesel	25000	2 tn
Tanque para vehículo	2500	
Materiales e insumos	142	
total Inversión	39642	

Los requerimientos que se plantea corresponden a un tanque de enfriamiento con capacidad de 3.000 litros, de manera que se pueda dar acopio a las necesidades de la zona y permita mantener el producto en óptimas

condiciones, además se proyecta la compra de un vehículo que realice los recorridos en el acopio dando la correspondiente facilidad a los productores.

3.2.3 Situación Productiva

Según datos registrados en la investigación de fuentes primarias, la zona en su mayoría es productora de leche, con un promedio de 4 lts/resaca/día, para un número de reses determinado y con un precio de venta se registra según la siguiente tabla.

Vacas	280
Prod/ vaca	4 Lts
Total prod	1120 Lts/día
Precio de venta	0,25

COSTOS TOTALES:

Según la inversión realizada en los tanques de enfriamiento, así como en el medio de transporte, los sueldos establecidos para el personal de apoyo, y los costos de producción según datos registrados en el MAG, al 2001, en el que constas insumos como herbicidas, alimentación del ganado, sanidad animal, inseminación artificial entre otros, el mismo que proyectado determina un costo promedio de 0.123 / litro

Costos totales	Usd /año
Combustible	583,2
Mantenimiento	1008
Sueldos y salarios	5820
Costo produc leche	26732,16
Total	34143,36

INGRESOS TOTALES

La producción de leche, según los mismos productores de la zona, no se proyecta en iguales cantidades durante todo el año, pues tiende a disminuir por razones naturales, razón por la cual se prevé como capacidad productiva potencial únicamente 180 días al año, de manera que los ingresos quedan determinados en:

INGRESOS	50400
-----------------	--------------

3.2.4 Punto de Equilibrio

$$PE = \frac{7411 \cdot 2}{1 - \frac{26732 \cdot 16}{50400}} = 15781 \text{ .94 usd}$$

FLUJO DE CAJA

AÑOS	1	2	3	4	5	
INGRESOS	50400	50400	50400	27000	27000	
EGRESOS	34143,36	34143,36	34143,36	34143,4	34143	
	16256,64	16256,64	16256,64	34143,4	34143	
15% utilidades	2438,496	2438,496	2438,496	5121,5	5121,5	
	13818,14	13818,14	13818,14	29021,9	29022	
25% impuesto	3454,536	3454,536	3454,536	7255,46	7255,5	
FLUJO DE CAJA	-40000	10363,61	10363,61	10363,61	21766,4	21766

VAN	52.001,22
------------	------------------

TIR	21%
------------	------------

Lo que nos demuestra que con la inversión en el centro de acopio se puede obtener ya un margen de utilidad óptimo al 21%, que mejore la condición de la empresa, genere rentabilidad y dinamice la economía local regional y nacional.

3.3 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INERSION EN LA PLANTA DE PROCESAMIENTO DE ALIMENTOS BALANCEADOS PARA ANIMALES EN EL CANTÓN CUMANDA

Breve descripción del cantón Cumandá

Cumandá se encuentra ubicada al suroccidente de la provincia de Chimborazo, la población del cantón, según el Censo del 2001, representa el 2,3 % del total de la provincia de Chimborazo; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un ritmo del 2,6 % promedio anual. El 42,4 % reside en el área Rural; se caracteriza por ser una población joven ya que el 49,2 % son menores de 20 años.

La PEA total del cantón es de 3.282 personas, siendo la rama de la agricultura, ganadería, pesca y silvicultura la que mayor concentración de la PEA presenta, el 43,45%



La cobertura de servicios básicos como el agua potable es del 62%, el 47,5% de alcantarillado y el 87,7% de energía eléctrica.

3.3.1 Situación actual del procesamiento de balanceados

En el cantón Cumandá con el apoyo del Consejo Provincial de Chimborazo y la Diócesis de Riobamba ha fortalecido una organización denominada Cooperación Unión y Progreso, esta organización tiene 35 socios, integrados por productores de maíz, ganados, pollos, cerdos y agricultores en general,

Existe un alto potencial para la conformación de una red de producción y comercialización, ya que los mismos socios serían los productores de la zona. Por lo tanto, un importante mercado se encuentra dentro de la misma organización. A largo plazo, se podría extender el mercado y comercializar los excedentes en el cantón y la provincia de Chimborazo.

El proyecto de producción de balanceados ya cuenta con una infraestructura física, maquinaria básica como el molino, faltándoles el capital de operación para su producción, depósitos para almacenamiento del producto y maquinaria específica como la peletizadora y la mezcladora.

El terreno para la construcción de la fábrica de producción de balanceados se adquirió hace 5 años con un crédito de la Diócesis de Riobamba. La construcción de la estructura física y la adquisición de la maquinaria básica se realizaron con fondos del Consejo Provincial. Lamentablemente, por falta de capital de operación nunca se ha iniciado el proceso de producción de balanceados.

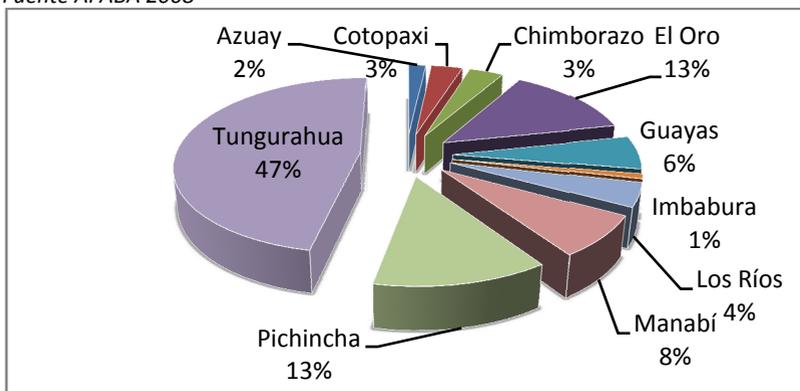
Actualmente es uno de los proyectos más beneficioso para la mayoría del cantón, ya que gran parte de los recintos se dedican a la crianza de ganados y agricultura.

3.3.2 Análisis de la oferta:

Los principales productores de alimentos balanceados para animales a nivel nacional, según la AFBA (Asociación Ecuatoriana de alimentos balanceados para animales) viene registrado en el siguiente cuadro:

PROVINCIA	NUMERO DE FABRICAS
Azuay	6
Cotopaxi	11
Chimborazo	12
El Oro	46
Guayas	21
Imbabura	3
Los Ríos	15
Manabí	26
Pichincha	44
Tungurahua	162
Total	348

Fuente AFABA 2008



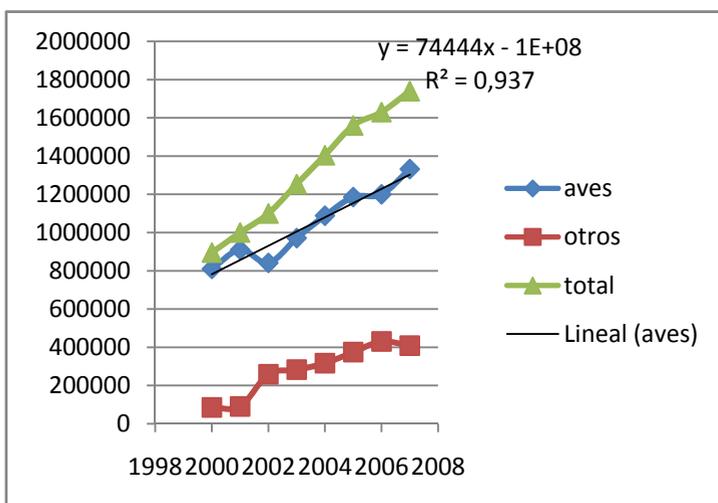
Se considera, entonces a Tungurahua como la provincia con el 47% de la producción a nivel nacional, seguida de Pichincha y El Oro con el 13%, Guayas y Manabí poseen el 6 y 8% respectivamente, y Chimborazo con el 3%.

En el siguiente cuadro se registra la producción por variable a nivel nacional, en la misma que se registra la mayor concentración en balanceados para aves que se proyecta en crecimiento hasta el 2007, de igual forma el empleo que genera a nivel nacional según variables como técnicos, administrativos y obreros agrupando un cerca de 4500 puestos de trabajo

**PRODUCCION DE ALIMENTOS BALANCEADOS EN EL
ECUADOR 2000 – 2007**
(en TM)

AÑOS	AVES	OTROS	TOTAL	VARIACIÓN
2000	810,000	85,000	895,000	8.20 %
2001	910,000	90,000	1,000,000	11.73 %
2002	841,500	258,500	1,100,000	10.00 %
2003	971,071	282,409	1,253,480	13.95 %
2004	1,088,089	316,441	1,404,530	12.05 %
2005	1,185,600	374,400	1,560,000	11.07 %
2006	1,200,000	430,000	1,630,000	4.49 %
2007	1,332,000	468,000	1,800,000	10.43 %

Fuente: AFABA 2008



3.3.3 Proyección de la oferta:

La producción ofrecida por las empresas ecuatorianas, registradas entre los años 2000 al 2007 establecen una tasa de crecimiento del 10,5%, es decir:

$$C_n = C_0(1+i)^n$$

$$1800000 = 895000(1+i)^7$$

$$i = \sqrt[7]{\frac{1800000}{895000}} - 1 = 0,10496$$

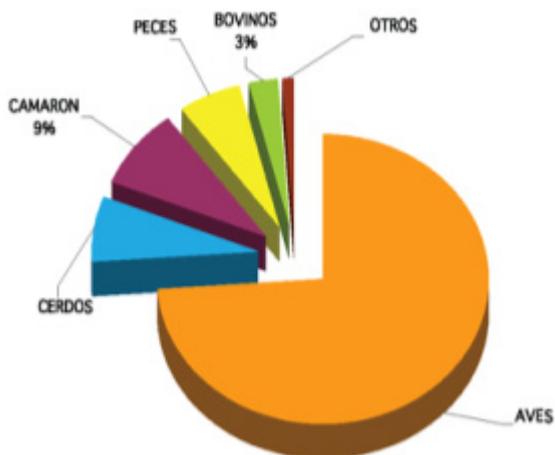
$$i = 10,5\%$$

$$C_{2010} = 2428618,72$$

Que corresponden a la producción para el año 2010.

ESTRUCTURA DE LA PRODUCCION DE ALIMENTOS BALANCEADOS 2007

DESTINO	TM	%
AVES	1,332,000	74
PORCINOS	126,000	7
CAMARÓN	162,000	9
PECES	108,000	6
BOVINOS	54,000	3
OTROS	18,000	1
TOTAL	1,800,000	100



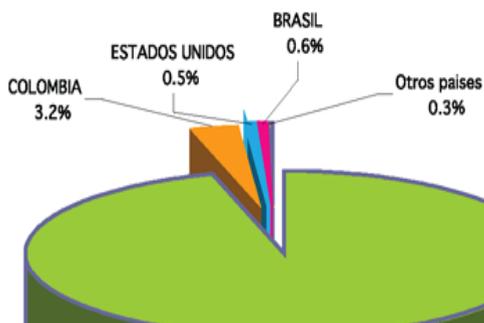
La mayor producción se registra para balanceados de aves, con el 74% seguida de balanceados para camarón con el 9% y para cerdos con el 7%

3.3.4 Análisis de la demanda insatisfecha:

A pesar de que las instalaciones de las plantas en la mayoría de empresas en Ecuador, no son utilizadas en su máxima capacidad, se registra volúmenes de importaciones de este producto, principalmente de países cercanos como Perú, que registra una participación del 95,5% del total de importaciones. Este volumen de importación de balanceados genera una demanda insatisfecha.

ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE BALANCEADOS 2007

PAISES	VOLUMEN TM	PARTICIPACION %
PERU	16,936.5	95.5
COLOMBIA	563.1	3.2
ESTADOS UNIDOS	80.6	0.5
BRASIL	99.5	0.6
OTROS PAISES	52.3	0.3
TOTAL	17,731.9	100.0



Fuente AFAFA 2008

Por otra parte también se registra exportaciones de balanceados, especialmente a Nicaragua y Colombia con volúmenes de 4850 TM anuales.

Considerando el total de las importaciones como demanda insatisfecha dentro del país, podemos utilizar dichos valores para el análisis de las tecnologías.

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN AVÍCOLA 2000 – 2007 (En miles de unidades)

AÑO	LINEA CARNE	LINEA POSTURA	MACHOS	REPRODUCCIONES		TOTAL
				PESADAS	LIVIANAS	
2000	100,00	3,800	3,000	1,200	73	106,073
2001	110,00	4,070	3,200	1,260	77	118,607
2002	124,00	4,500	3,600	1,330	81	133,511
2003	134,00	4,725	3,700	1,350	90	143,865
2004	150,080	5,387	4,144	1,512	101	161,224
2005	165,088	6,033	4,641	1,663	113	177,538
2006	175,000	7,941	4,827	1,551	123	189,442
2007	189,000	8,735	5,310	1,675	136	204,855

Fuente AFABA 2008

A través de la información en el cuadro anterior se observa que la tendencia de la población avícola es creciente, en el año 2000 la población es de 100000, para el año 2007 registrar un valor de 189000, lo que significa un crecimiento del 89%, es decir que en 7 años esta actividad casi duplica. En lo que se refiere a la producción para balanceados para otros animales la producción también registra un incremento del 450%, pasando de 85000 TM a 468000TM anuales.

3.3.5 INVERSION EN LA PLANTA DE BALANCEADOS

3.3.5.1 Estudio Técnico

DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA PLANTA

Anotaremos en este punto las características de la tecnología ha ser utilizadas en el proyecto de acuerdo a las condiciones existentes.

La tecnología mínima disponible que requiere el producto y con el que se cuenta a disposición en el mercado, corresponde a:

- Silos de almacenamiento
- Molinos de disco o martillo
- Una tolva
- Una mezcladora
- Una peletizadora
- Una báscula de brazo

Las mismas que se pueden adquirir con facilidad dentro del país con condiciones especiales de financiamiento y garantía de acuerdo con el convenio con los proveedores, o a través de importación.

En el siguiente cuadro se detalla la viabilidad del tamaño: partimos con el conocimiento de nuestra demanda Insatisfecha la cual luego del estudio de mercado presenta las siguientes cifras:

COSTOS DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANTA

Zona de 350 metros cuadrados, que considere zona de reposición	30000 -70000 usd
Silos de almacenamiento	300 usd
Molinos de disco o martillo	7500 – 19000 usd
Una tolva	430 . 550 usd
Una mezcladora	7000 – 9500 usd
Una peletizadora	19000 – 29000 usd
Una báscula de brazo	750 -2250 usd

CUADRO DE TECNOLOGÍAS

VARIABLES/TECNOLOGIAS	A	B	C
CPACIDAD PRODUCCION (qq/año)	11.728,8	11.728,8	11.728,8
INVERSION NECESARIA (usd)	115.865	127.451,5	140.196,65
COSTO TOTAL	178.277,76	196.105,536	215.716,09
INGRESO TOTAL	222.847,2	222.847,2	222.847,2
UTILIDAD TOTAL	44.569,44	26.741,664	7.131,1104
COSTO UNITARIO	15,2	16,72	18,392
RENTABILIDAD	0,38466698	0,20981835	0,05086506
PRECIO	19		

Con una producción menor a la demanda insatisfecha, delimitada únicamente para la producción local de 35 qq/día, a un costo de 15,2 usd / qq, realizando una inversión inicial de 115.865 en la adecuación de la planta, se observa una rentabilidad del 38%

3.3.5.2 Punto de Equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio, se considera la fórmula correspondiente a varios productos. En el desarrollo del mismo, como se ilustra en el siguiente cuadro, en el mismo que se registra una producción de 1,5 TM por día, que significa 1500 kg/día, o 32,58 qq/día. Para

un costo de producción de 15,2 usd/qq y un precio de venta de 19 usd /qq, se concluye que el punto de equilibrio está cuando se recibe por ingresos 202.483,73 usd igualando de esta manera a los costos, como se demuestra en los siguientes cuadros:

COSTOS TOTALES	USD
Costo producción	178.279,757
Costo administración	35.480
Costo ventas	1.200
Costo financiero	3.960
Total costos	218.919,757

Dentro de los costos de administración, que pertenecen a la parte fija, se prevé la disponibilidad de un gerente, un técnico, un contador, un bodeguero y 2 operarios.

COSTOS PARTE FIJA	USD
Costo administración	35.480
Costo ventas	
Costo financiero	3.600
Total costos	39080

La parte variable registra un costo de producción para los 32,58 qq por día, a 15,2 usd por quintal, además se considera un gasto en publicidad por introducción de 1.200 usd, y un costo financiero de acuerdo a la inversión en los 30.000 usd a una tasa de interés de 12% anual.

COSTOS PARTE VARIABLE	USD
Costo producción	178.279,757
Costo administración	
Costo ventas	1.200
Costo financiero	
Total costos	179.479,757

Para el cálculo de los ingresos, se estima un precio de venta de 19 usd, por introducción, de manera que genere una perspectiva de posicionamiento en el mercado local, con proyección a tener un crecimiento al sector regional y nacional, considerando que el lugar de localización es estratégico, pues al estar cerca de las provincias de Guayas y Manabí, en donde se registra la mayor producción avícola y ganadera se considera un mercado potencial.

INGRESOS	
INGRESOS TOTALES	222.849,696

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

$$\begin{aligned}
 PE &= \frac{CF}{1 - \frac{CV}{YT}} \\
 &= \frac{39080}{1 - \frac{179479,75}{222849,697}} \\
 &= 200806,47 \text{ usd}
 \end{aligned}$$

Punto de equilibrio = 200.806,47 usd

3.3.5.3 Inversiones del Proyecto

En el siguiente cuadro se presenta la inversión necesaria para el proyecto, en el mismo que quedan desglosados los valores correspondiente a inversión en activo fijo para que la planta empiece a funcionar, así como los gastos operacionales que requiere una inversión, se destina además rubros para la capacitación

FLUJO DE CAJA. PERIODO 5 AÑOS

RUBROS	0	1	2	3	4	5
VENTAS		222850	256277	294719	338927	389766
costo producción		178280	187194	196553	206381	216700
costo administración		35480	37254	39116,7	41072,5	43126,2
costo ventas		1200	1260	1323	1389,15	1458,61
costo financiero		3960	3960	3960	3960	3960
Utilidad antes impuesto		3929,94	26609,4	53765,6	86123,7	124521
Reparto de utilidades		589,491	3991,41	8064,84	12918,6	18678,1
Utilidad después reparto		3340,45	22618	45700,8	73205,2	105842
Impuesto		835,112	5654,5	11425,2	18301,3	26460,6
UTILIDAD						
FLUJO DE CAJA NETO	-115.875	2.505,34	16.963,5	34.275,6	54.903,9	79.381,9

VAN	98.184,61
TIR	13%

3.3.5.4 Interpretación de Resultados

De acuerdo al análisis económico realizado, podemos observar que la rentabilidad del proyecto es del 13%, valor que debe ser mejorado para lograr la sostenibilidad del proyecto en el tiempo.

Es necesario considerar que el proyecto si genera utilidades para los socios, la misma que puede ser mejorada mientras se establezca un sistema de comercialización que abarque la región de influencia, sobre todo dada la cercanía del sector a la zona costanera, que es en donde se encentra la mayor población de plantas avícolas del país.

Por otra parte se puede ampliar la rentabilidad si se mejora la producción de los socios, implementando sistemas de mejoramiento de suelos, asesoramiento tecnológico que incrementen la productividad de la materia prima.

3.4 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INVERSIÓN EN LA EMPRESA DE ALCOHOL ANTISÉPTICO EN EL CANTÓN CUMANDA

OBJETIVO:

Determinar la aceptación del producto “Alcohol antiséptico” a elaborarse en el cantón Cumandá provincia de Chimborazo como alternativa de inversión y generadora de empleo, que permita el dinamismo de la economía local, regional y nacional

3.4.1 Definición del Producto

El producto a elaborarse será de primera calidad, por las características de los materiales a utilizarse en la construcción de la maquinaria requerida, que garantizan su correcta elaboración

Pureza entre 92 – 95 grados

Propia marca (BIOCAÑA – ALCOHOL ANTISÉPTICO)

Registro sanitario

Código de barras

Presentación: Tanques de 200 litros

Posteriormente una vez que se logre cumplir con todos los requisitos legales para su comercialización se pondrá a disposición en forma directa hacia las farmacias en presentaciones de 1000, 500 y 1000 cc

Proceso de transformación de etanol de 92 – 95 grados a alcohol antiséptico 70 grados

Alcohol 92 – 95 + Agua Bidestilada = Alcohol antiséptico 70

3.4.2 análisis y proyección de la demanda

En primera instancia se prevé que los principales clientes serán las empresas distribuidoras de insumos y productos médicos ubicadas en la ciudad de Ambato, quienes adquieren el producto al por mayor en estado puro, lo procesan y distribuyen con su marca, posteriormente se espera cumplir con todos los requisitos legales para la comercialización.

DEMANDA MUNDIAL

AÑOS	LTS (BILLONES)
2000	31.8
2001	33.1
2002	34.7
2003	34.8
2004	36.4
2005	37.7

Fuente F: O: Lincht
Elaboración Ángel Salinas

PROYECCION DE LA DEMANDA DE ALCOHOL ANTISEPTICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA

AÑO	N	Pn
2008	0	9743
2009	1	9938
2010	2	10136
2011	3	10339
2012	4	10546
2013	5	10757

Elaboración Angel Salinas

3.4.3 Proyección de la oferta

Del estudio de mercado se tiene que existe para la ciudad de Riobamba una oferta de 9743 lts de esta cantidad el 33% es producto de procedencia nacional, es decir 3215,19, Mediante proyecciones se puede determinar lo siguiente:

AÑO	N	Pn
2008	0	3215.19
2009	1	3279.49
2010	2	3345.08
2011	3	3411.99
2012	4	3480.23
2013	5	3549.83

Elaboración Angel Salinas

PROYECCION DE LA DEMANDA INSATISFECHA PARA LA CIUDAD DE RIOBAMBA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	D.P.I
2008	9743	3215.19	6528
2009	9938	3279.49	6659
2010	10136	3345.08	6791
2011	10339	3411.99	6927
2012	10546	3480.23	7066
2013	10757	3549.83	7208

Elaboración Ángel Salinas

3.4.4 Estudio Técnico

La demanda actual existente en Riobamba, ha sido determinada y corresponde a los 9646.8 lts anuales. En el sector de Suncamal se procesa u promedio semanal de 1000 litros de guarapo fermentado. En la Central Panelera se

estima tener una producción igual con lo que se hace necesaria la implementación de un rectificador con esta capacidad, es decir 2000 lts semanales. De esta se obtiene un rendimiento del 20% es decir 400 lts que serán rectificadas perdiéndose un 25% con lo que finalmente en forma efectiva se obtiene 300 lts semanales y 12000 de alcohol de 92 – 94 grados mensual, quedando como una oferta real anual de 14.400 litros de alcohol.

PRODUCCION SEMANAL DE AGUARDIENTE

DETALLE	VOLUMEN PROCESADO LITROS	NUMERO DE DÍAS PROCESADOS	LITROS DE AGUARDIENTE OBTENIDOS
Guarapo fermentado	2000	5	400

Elaboración Ángel Salinas

PRODUCCION SEMANAL DE ETANOL

DETALLE	VOLUMEN PROCESADO LITROSS	NUMERO DE DÍAS PROCESADOS	LITROS DE AGUARDIENTE OBTENIDOS
Aguardiente	400	1	300

Elaboración Ángel Salinas

ESTUDIO FINANCIERO

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. Costos de producción	9240	9240	9240	9240	9240
Materia prima	3600	3600	3600	3600	3600
Materiales (envases)	1800	1800	1800	1800	1800
Mano de obra directa	3840	3840	3840	3840	3840
2. Gastos Administrat	8255	7255	7255	7255	7255
Sueldos y salarios	5400	5400	5400	5400	5400
Servicios Básicos	360	360	360	360	360
Gastos de organización	1000	0	0	0	0
Dep Mueb y enseres	100	100	100	100	100
Dep Maquinaria y equip	1295	1295	1295	1295	1295
Utiles de oficina	100	100	100	100	100
3. GASTOS DE VENTA	640	640	640	640	640
Propaganda y publicidad	500	500	500	500	500
Arriendos	0	0	0	0	0
Transporte	140	140	140	140	140
4 GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0
Intereses bancarios	0	0	0	0	0
Total	18135	17135	17135	17135	17135

Elaboración Ángel Salinas

ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	24500	24500	24500	24500	24500
Costos de producción	9240	9240	9240	9240	9240
Utilidad bruta	15260	15260	15260	15260	15260
Costo de administración	8255	7255	7255	7255	7255
Costo de venta	640	640	640	640	640
Utilidad operativa	6365	7365	7365	7365	7365
Costo financiero	0	0	0	0	0
Utilidad ante imppto	6365	7365	7365	7365	7365
Utilidades 15%	954,75	1104,75	1104,75	1104,75	1104,75
Utilidad antes de imp	5410,25	6260,25	6260,25	6260,25	6260,25
Impuesto renta 25%	1352,56	1565,06	1565,06	1565,06	1565,06
Utilidad Neta	4057,69	4695,19	4695,19	4695,19	4695,19

Elaboración Ángel Salinas

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

RUBROS	AÑO 1	
Ventas		24500
Valor de salvamento		
Costos de producción		9240
Costos de administraci		8255
Costo de ventas		640
Costos financieros		0
Amortización activos		400
Utilidad antes impuest		5965
Reparto de utilidades		894,75
Utilidad antes de impto		5070,25
Impuesto (25%9		1267,56
Utilidad Neta		3802,69
Depreciaciones		2388,33
Amortización activos		400
Inversión en maquin	-12950	
Inversion activo nomin	-2000	
Inversión Capital trabaj	-9240	
Recuperac. Cap de trab		
Préstamo	0	
Amortización de présta		0
FLUJO DE CAJA	-24190	6591,02

Elaboración Ángel Salinas

En donde se demuestra la viabilidad de la inversión que le permitirá una tasa de retorno del 26%.

3.5 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE PANELES SOLARES EN EL CANTON RIOBAMBA

OBJETIVO:

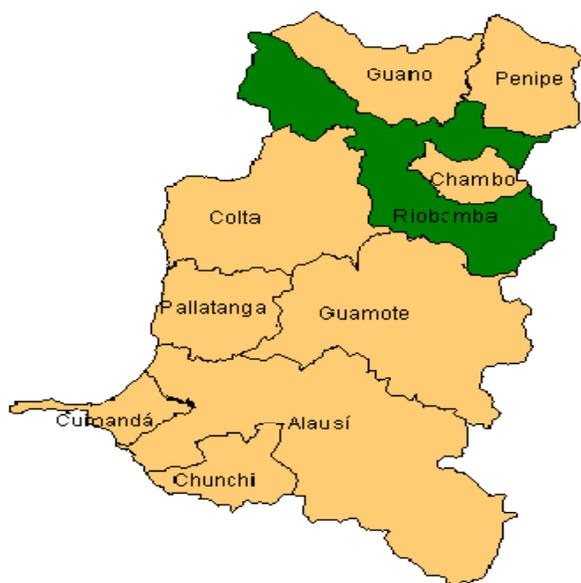
Determinar la aceptación del producto “Paneles Solares” en la zona regional centro del Ecuador, como alternativa de inversión en el proyecto de construcción.

3.5.1 Breve descripción del cantón Riobamba

Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo, se encuentra ubicada en la zona central del país, la población del cantón, según el censo del 2001, representa el 47,9% del total de la provincia, ha crecido en el último período intercensal a un ritmo del 1,5% anual, el 35,4% reside en el área rural, se caracteriza por ser una población joven.

La PEA total del cantón es de 76.113 habitantes, siendo la rama de la operación de maquinaria la que mayor concentración de la PEA presenta, el 22,38%, seguido de los trabajadores no calificados, con un 21,42%, el 13,92% corresponde a trabajadores de servicios.

Existe un total de 61.921 viviendas, de las cuales el 59,73 se encuentra en el área urbana y el 40,27 en el área rural, de las cuales el 81,41% posee abastecimiento de agua por red pública; el 68,44% existe cobertura de red de alcantarillado; el 94,55% tiene servicio de electricidad, y el 36,34% posee servicio telefónico. Del total de las viviendas el 66,33% es propia.



POBLACION

Las cabeceras cantonales de Cumaná Pallatanga por poseer un clima cálido, no se consideran como área de influencia favorable, pues el producto no se considera indispensable para su uso; por otro lado, el cantón Guamote no es un mercado promisorio ya que el 92,95% de sus habitantes se encuentran en el sector rural, la gran mayoría es de raza indígena cuya cultura no favorece la comercialización del producto.

En lo que respecta a las cuatro principales cabeceras cantonales de la provincia de Chimborazo, por la densidad poblacional, la tasa de crecimiento de la población, el número de viviendas urbanas promedio de habitantes por vivienda, costumbres e idiosincrasia de la gente se definirá el mercado favorable para la comercialización del producto.

Las características poblacionales de las principales cabeceras cantonales de Chimborazo quedan registradas en el siguiente cuadro:

3.5.2 Características de la población de las principales cabeceras cantonales de Chimborazo:

Cabecera Cantonal	No de viviendas urbanas propias	Población total de la cabecera cantonal	TCA %	Densidad Poblacional	Promedio Habitante/Vivienda	% Cobertura de ducha
Riobamba	10423	94505	1.5	168.3	4.4	72.2
Alausi	641	5399	1.1	26.1	4.3	62.28
Cambo	525	3082	1.1	58.7	4.3	60.53
Guano	1002	6584	0.6	78.4	4.3	51.81

Fuente: INEC, censo poblacional de vivienda 2001. Daquilema Lino

De acuerdo con la cantidad poblacional, el número de viviendas con servicio de ducha, densidad poblacional y la tasa de crecimiento anual de la población, se considera a >Riobamba como la mejor alternativa de introducción del producto.

3.5.3 Ingreso

Según el ingreso promedio por habitante de las cuatro cabeceras cantonales analizadas en el cuadro anterior, se puede determinar la capacidad de pago de los posibles compradores del producto.

VARIABLES Y CATEGORIAS INVESTIGADAS DE LA POBLACION	RIOBAMBA	ALAUSSI	CHAMBO	GUANO
No de Habitantes	94505	5399	3082	6584
Población económicamente activa	40407	2456	1490	3165
Población económicamente inactiva	49243	2664	1457	3140
Desocupación	870	25	8	28
No declarado	3985	254	127	251
Estimación No de habitan nivel medio alto	21274	1494	748	1895
Estimación No de habitan nivel medio	27969	962	742	1270
Ingreso promedio medio alto	737	781	733	724
Ingreso promedio medio	197	193	198	197

Fuente: *Tabla sectoriales del Ministerio de Trabajo 2005, INEC Censo 2001*

En el cuadro anterior las cuatro cabeceras cantonales presentan un ingreso promedio similar por habitante del estrato socio económico medio alto; sin embargo por la cantidad de habitantes económicamente activos sería Riobamba la ciudad de mayor preferencia para nuestro mercado

3.5.4 análisis y proyección de la demanda

De acuerdo a la encuesta de mercado realizada por el autor en lo que se refiere a la adquisición de los paneles solares como producto ecológico, con una vida útil de 20 años, que utiliza fuente renovable, y reduce el pago de planillas eléctricas y gas a pesar de la inversión inicial, se ha determinado la predisposición del mercado de adquirir el producto; en la misma que existe un 86,7% de aceptación del mismo.

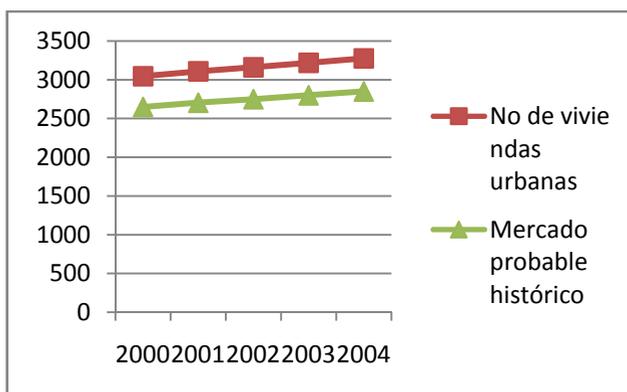
Según el censo de población de 2001, que determina un total de 12474 habitantes, con una tasa de crecimiento de 1,3% , el mismo que brinda datos oficiales y por lo tanto confiables, se puede proyectar la población para el año 2009 de 14068, lo que permitirá establecer el mercado segmentado a las familias con ingresos económicos altos y

medio altos, con el 65% de potencial consumidor, tomando en consideración los índices de pobreza por ingreso el mismo que se encuentra determinado en el siguiente cuadro:

MERCADO DE CONSUMO HISTORICO

AÑOS	No de viviendas urbanas	% Compra	Mercado probable histórico
2000	3046	0,87	2650,02
2001	3109	0,87	2704,83
2002	3161	0,87	2750,07
2003	3219	0,87	2800,53
2004	3276	0,87	2850,12

*Fuente: INEC 2001



3.5.5 Determinación de la demanda insatisfecha proyectada

Según los datos proporcionados por la empresa YUEXIN y Constructora Rivera, se comercializan aproximadamente 60 calentadores solares al año, considerando que el porcentaje de la oferta actual respecto al número de viviendas urbanas

de Riobamba es de 1,83% y asumiendo constante este valor durante la vida del proyecto, obtenemos la demanda programada para dicho período. Según estos datos la tasa de crecimiento de la oferta es de 1,75% con esto se establece la demanda proyectada e insatisfecha tal como se demuestra en el siguiente cuadro, en el que se representa un coeficiente de correlación del 0,99, es decir de los datos el 99,7% se aproximan a las funciones.

TASA DE CRECIMIENTO DEL NUMERO DE VIVIENDAS URBANAS DE RIOBAMBA = 2,12%

PORCENTAJE DEL MERCADO POTENCIAL DEL PRODCUTO= 87%

AÑOS	No de viviendas urbanas	Mercado probable
2000	3046	2650
2001	3109	2705
2002	3161	2750
2003	3219	2801
2004	3276	2850
2005	3342	2907
2006	3408	2965
2007	3477	3025
2008	3546	3085
2009	3617	3147
2010	3689	3210
2011	3763	3274
2012	3838	3339
2013	3915	3406
2014	3993	3474
2015	4073	3544

**fuente estudio de mercado, Daquilema Lino*

De acuerdo al estudio de mercado realizado se determina que la tasa de crecimiento del número de viviendas urbanas

registradas es del 2,12% lo que permite proyectar el mercado potencial para los siguientes años, estableciendo según la encuesta realizada un porcentaje del 87% de preferencia por el consumo del producto.

PROYECCION DE LA DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	PROYEC DEM	PROY. OFER	DEMAN INSA
2009	6764	60	6704
2010	6899	61	6838
2011	7037	62	6975
2012	7178	63	7115
2013	7321	64	7257
2014	7468	65	7402

**Fuente estudio de mercado, Daquilema Lino*

En base a los datos registrados en la investigación, que determina una oferta del producto de 60 paneles solares, y en base a una proyección de crecimiento de la empresa del 1,7% de acuerdo con la demanda existente para el año 2010 se proyecta una oferta de 61

3.5.6 Factibilidad de inversión

3.5.6.1 Estudio Financiero

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS

El estado de Pérdidas y Ganancias es importante para determinar en forma preliminar si el proyecto es rentable. Además sirve para priorizar los costos del proyecto, es decir, que rubro aporta en mayor proporción al costo total. En lo que se refiere a la incidencia del proyecto en la sociedad nos permite analizar cuál es el aporte en la mano de obra, materia prima nacional a través de los proyectos.

INGRESOS

En lo que se refiere a los ingresos, consta únicamente por la venta de calentadores solares de agua, no se prevé la venta de subproductos e inicialmente no se prestará servicios a terceros hasta el posicionamiento en el mercado y por estrategias de comercialización.

De acuerdo al tamaño óptimo para los 5 años determinado en el estudio técnico y considerando un precio inicial en el mercado local de 513 usd con un margen de ganancia del 30%, sobre el precio unitario, determinado en el análisis de costos y gastos, tomando como referencia un panel solar de 155 lits de capacidad y considerando como base los precios de la competencia en la ciudad. La proyección de ingresos durante la vida útil del proyecto se realiza manteniendo los precios constantes por el número de unidades anuales.

El siguiente cuadro presenta los ingresos proyectados por la venta de calentadores solares de agua para uso doméstico en Riobamba.

INGRESOS PROYECTADOS POR VENTA DE CALENTADORES SOLARES DE AGUA DE 155 LTS

AÑOS	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
1	61	513	31293
2	62	513	31806
3	63	513	32319
4	64	513	32832
5	65	513	33345
TOTAL			161.595

**fuente estudio de mercado, Daquilema Lino*

COSTOS DE PRODUCCION

Los rubros correspondientes a los costos de producción para el primer año se resumen en el siguiente cuadro:

DENOMINA	COSTO	COST PROGR
Mat. Prima	13726	14329,94
Mano de ob.	8640	8640
Gast. Fabric	2369,53	2473,78
TOTAL	24.735,53	25.443,73

**fuente estudio de mercado, Daquilema Lino*

COSTOS DE OPERACIÓN

Dentro de los operacionales se consideraron los gastos de ventas, administrativos y financieros.

DENOMINA.	COSTO
Gastos administrar	10.815
Gastos de ventas	3.480
Gastos financieros	3.600
TOTAL	17.895

Los costos totales para la producción de 61 unidades ascienden a 43.338,73 que determinan un costo unitario de 710,47

3.5.6.2 Precio de venta

El precio de venta resulta de la suma del costo unitario más el margen de beneficio del 20% que se fijó al producto, por consiguiente el precio inicial de cada calentador solar es 852,56 usd.

INGRESOS

INGRES TOTAL	52.006.404
--------------	------------

3.5.6.3 Punto de equilibrio

De otra parte con el mismo sistema de producción y comercialización los ingresos esperados por la venta del producto ascienden a:

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{YT}} = \frac{17895}{1 - \frac{25443.73}{52006.4}} = 35036USD$$

3.5.6.4 Inversiones del proyecto

En el siguiente cuadro se presenta la inversión necesaria para el proyecto, en el mismo que quedan desglosados los valores correspondientes a inversión en activo fijo para que la planta empiece a funcionar, así como los gastos operacionales que requiere una inversión, se destina además rubros para la capacitación

RUBROS	INVERSIONES REALIZADAS	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL INVERSION
A. INVERS FIJA			
A.1 Activo fijo			54469
Terreno		23120	23120
Construcciones		18650	18650
Maquin Equip		11610	11610
Mueb y ense		550	550
Imprevistos		539.3	539.3
A.2 Acti diferí			3160
Gastos de constituc		2000	2000

Gastos de prom	800	800
Capacitación		
Intereses	360	360
B. Materia prima		7955.3
Mater. Prim exist	3375	3375
Insumos	1149	1149
Mano de obra	600	600
Caja Bancos	2108	2108
Contingencias	723.3	723.3
TOTAL	65.584.3	65.584.3

FLUJO DE CAJA PARA EL PRIMER AÑO

Ingresos	52006,16
Egre Operac	24735,75
Mat. Prima	13726,22
Mano de ob	8640
Gast fabricac	2369,53
Egre no oper	17895
Gstos Admi	10815
Gasr. Venta	3480
Gastos finan	3600
Flujo neto	9.375,41

Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	63942	63942	63942	63942	63942	63942	63942	63942	63942	63942
Egresos	45781	45781	45781	45781	45781	45781	45781	45781	45781	45781
Flujo de caja	-65584,3	18161	18161	18161	18161	18161	18161	18161	18161	18161

Para tan alta inversión, y con un flujo de caja disminuido, no se registra una tasa interna de retorno.

Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	52006	52006	52006	52006	52006	52006	52006	52006	52006	52006
Egresos	42631	42631	42631	42631	42631	42631	42631	42631	42631	42631
Flujo de caja	-65.584	9375	9375	9375	9375	9375	9375	9375	9375	9375

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

VAN	54.345,11
TIR	7%

Para la inversión estimada considerando la comercialización de los 61 paneles solares se obtiene una tasa interna de retorno del 7% que no representa el esfuerzo de inversión

FLUJO DE CAJA PROGRAMADO

VAN	105.271,12
TIR	25%

Con producción a escala que permita una comercialización adecuada y se proyecte vender 75 unidades del producto la tasa interna de retorno sube a un 25% lo que se considera atractivo para una inversión.

3.6 ESTUDIO DE MERCADO PARA LA FACTIBILIDAD DE LA EMPRESA DE SERVICIO DE HOGAR

OBJETIVO:

Determinar la aceptación del servicio de asistencia de hogar en la ciudad de Riobamba como una alternativa de inversión sustentable y generadora de empleo a nivel local, que dinamice el desarrollo de la ciudad.

3.6.1 Proceso de investigación de mercados

En este proceso de investigación se define como producto de posible aceptación; **“Servicio de asistencia de hogar”**, para lo cual se cuenta con el desarrollo de encuestas de opinión, debidamente diseñadas, en las que se puede inferir la posible demanda de este servicio, el lugar específico que permita la mayor afluencia de demandantes, así como el precio de introducción, el mismo que deberá cubrir los costos y determinar un margen de utilidad esperado. Se concluirá además que los demandantes junto con la ausencia de competencia del mismo producto permitirán mantener un crecimiento sostenible a largo plazo.

3.6.2 Definición del producto

Las Actividades que se realizan en cada uno de los hogares son importantes para el desarrollo y crecimiento económico social, dado que la ciudad de Riobamba es una ciudad considerada como polo de crecimiento y sus habitantes laboran realizando actividades profesionales y de negocios en Empresas Públicas y Privadas

Por lo que consideramos necesario que en la Ciudad se dé cobertura a la prestación de servicios por hora en actividades propias del Hogar, de aquellas personas que por diversos motivos no puedan o no cuenten con los recursos necesarios para hacerlo. Estas Actividades serán efectuadas con personal de nuestro centro, las mismas que serán garantizadas por su honestidad, capacidad, y solvencia profesional en el desenvolvimiento de las tareas a ellas encomendadas.

“SERVICIO DE ASISTENCIA DE HOGAR”, producto intangible, que cubre una necesidad de específica de la

población, dirigido hacia un segmento de la población económicamente activa.

3.6.3 Justificación

Dentro de las actividades que se realiza en el ámbito de los negocios dentro de la ciudad es importante observar un constante aumento de los procesos tecnológicos también el crecimiento poblacional, los mismos que han servido para cubrir el mercado interno insatisfecho.

La provincia tienen un verdadero potencial natural para desarrollar la actividad socio-productiva, permitiendo implantar unidades de negocios no tradicionales especialmente y que generen condiciones favorables en la ocupación de talento Humano, ya que sus condiciones sociales y económicas así lo permiten.

Por tal razón es que se ha visto factible la implantación de un centro de prestación de Actividades de hogar en la Parroquia Lizarzaburu, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, dónde se cuenta con el recurso hídrico y espacio suficiente.

3.6.4 Especificaciones del producto

Las siguientes características de diseño permitirán su adaptabilidad al cliente:

- Servicio de limpieza total del hogar
- Servicio de lavandería y planchado
- Servicio de Jardinería
- Servicio de preparación de alimentos

3.6.5 Análisis y proyección de la demanda

La demanda está determinada por la población, de la ciudad de Riobamba de ingresos medios altos, agrupados en familias de cinco miembros, considerando que en nuestras familias las personas se trasladan a realizar diversas actividades cotidianas en sus diferentes ámbitos. lo que es motivo de que nuestro proyecto se constituya en una Idea Generadora de Empleo, este es un negocio básico en el contexto familiar dándonos la posibilidad de tener un mercado de empleos y de consumidores potencialmente activos.

Según el censo de población de 2001, el mismo que brinda datos oficiales, se puede determinar el mercado segmentado:

Población total: 193.315

Población urbana: 124.807

Población económicamente activa: 166914

Porcentaje de la población económicamente activa 86%

En base a la proyección de la población según datos del INEC para el año 2009 se estima una población urbana de 181962, y en función de la encuesta que determina que el 41,39% de las familias están integradas por 5 miembros se establece un mercado potencial de 36392 familias, de otra parte el 73% de la población accedería a los servicios de hogar.

La población urbana estimada, según el censo se presenta en el siguiente cuadro, en el mismo que se determina un porcentaje del 41%, en base a los ingresos por consumo.

AÑO	POBLACION	
1990*	94504	
2001*	124807	
Cn=Co(1+i)^n		
124807	=	94504 (1+i)^11
(1+i)^11	=	1,32065309
	=	0,0253
	=	2,53% tasa de crecimiento
Proyección de la población a 2008		
P 2008=	124807(1,0253)^7	
P 2008=	148660,519	
	148660/5	
	= 29372	
	familias	
	32,14% de	
Mercado meta =	29372	= 9440
Demanda estimada=	41% Y/C de 9440 =3870	familias

La población estimada, según el censo se presenta en el siguiente cuadro, en el mismo que se determina un porcentaje del 41% en base a los ingresos por consumo.

- Fuente: www.inec.gov.ec-censo de población y vivienda-publicaciones-fasciculo Riobamba

PROYECCION DE LA POBLACIÓN URBANA DE RIOBAMBA POR FAMILIAS PARA LOS PROXIMOS 5 AÑOS

AÑOS	P Inicial	%CRECIMIE	TOTAL
P 2008 =	3870	1,0253	= 3967,9
P 2009 =	3870	1,0512	= 4068,3
P 2010 =	3870	1,0778	= 4171,2
P 2011 =	3870	1,1051	= 4276,8
P 2012 =	3870	1,1331	= 4385,0
P 2013 =	3870	1,1617	= 4495,9
P 2014 =	3870	1,1911	= 4609,6

Fuente Investigación de mercados

3.6.6 Proyección de ingreso por consumo

De acuerdo a la información obtenida en la tabulación de las encuestas se registra un interés del 73% a captar los servicios semanalmente para la limpieza del hogar; en lo que tiene que ver con la tarea, el 47% busca los servicios a realizarlos por hora.

En lo que se refiere al precio de acuerdo al sondeo realizado a las mismas personas encuestadas, el valor a pagar promedio será de 15 dólares por un día a la semana con lo que los ingresos estimados de acuerdo al mercado objetivo, a la capacidad instalada de la planta y tomando en consideración la tasa promedio de inflación vigente a la fecha según el Banco Central, con lo que obtiene:

Servicio	precio/tarea	año 1
Limpieza	15	17280
Lavado	7,5	8640
Planchado	7,5	8640
Jardín	12	10368
Total	42	44928

3.6.7 Análisis y proyección de la oferta

El crecimiento poblacional de Riobamba, unido al crecimiento del sector de la construcción ha permitido el desarrollo comercial y de servicios de la ciudad, al mismo tiempo el aumento de la población económicamente activa va unido al incremento de las necesidades de las familias.

En Riobamba, la contratación del servicio doméstico, en los últimos tiempos se ha visto limitada, las familias se abstienen de utilizar este servicio, lo que surge como una oportunidad empresarial, si bien en la ciudad existen personas dedicadas a realizar labores domésticas a partir de una contratación por tarea o por hora, no existe una organización empresarial que permita dar este servicio con eficiencia, calidad y honradez, de manera que se considera un mercado potencial de crecimiento.

Por otra parte, se busca dar un servicio integral en el mediano plazo, el mismo que no se limite únicamente al desarrollo de la limpieza del hogar o de la jardinería, sino también a un servicio de lavado y planchado de ropa, con un crecimiento posterior en labores de cocina.

3.6.8 Bienes a adquirir

Maquinarias:	Precio por unidad
Aspiradoras Bissell (No 4)	544 usd
Limpiador a vapor (No 4)	179 usd
Lustradora (No 4)	165 usd
Podadora (No 4)	950 usd
Abrillantadora (No 4)	495 usd
Kit de limpieza (No 5)	18,55 usd
Lavadora semiindustrial (No 1)	1800 usd
Secadora semiindustrial (No 1)	1800 usd
Equipo de planchado industrial (No 1)	2450 usd
Kit de limpieza de vidrios (No 3)	185 usd
Mobiliario	1500 usd

Fuente Investigación de mercados

3.6.9 Recursos humanos. Costos fijos

La mano de obra empleada para este servicio será:

1 Administrativo

5 Operarios (as)

1 Conserje

La escala salarial para los empleados y trabajadores, será:

Personal	Cantidad	Cost/hora	Adicional	Sueldo total x mes/uno	Costo mano de obra
Administrativo	1	-----	630	450	6030
Operarios	5	-----	450	270	18450
Conserje	1	-----	420	240	3300

3.6.10 Inversiones

PRODUCTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Aspiradoras Bissell (No 4)	544	2176
Limpiador a vapor (No 4)	179	716
Lustradora (No 4)	165	660
Podadora (No 3)	950	2850
Abrillantadora (No 4)	495	1980
Kit de limpieza (No 5)	18,55	92,75
Lavadora semiindustrial (No 1)	1800	1800
Secadora semiindustrial (No 1)	1800	1800
Equipo de planchado industrial (No 1)	2450	2450
Kit de limpieza de vidrios (No 4)	185	740
Moviliario	1500	1500
TOTAL	10086,55	16764,75

Fuente Investigación de mercados

INVERSION TOTAL

ACTIVO FIJO	16764,75
CAPITAL DE TRABAJO	3000

Para una capacidad instalada de maquinaria y equipo de limpieza que pueda determinar la capacidad de producción en la etapa de introducción, con un valor de 16764,75 más un capital inicial de trabajo de 3000 usd.

3.6.11 Análisis de precios

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, en las que se proyecta precios máximos y mínimos, se estima un precio de introducción en \$ 15 por un día de limpieza a la semana, la muestra manifiesta sus posibilidades en cuanto a la aceptación, sin embargo los

precios deben cubrir costos y mantener un margen de utilidad aceptable.

Será necesario analizar el comportamiento futuro de la demanda para proyectar incrementos en el precio, en función del valor agregado, lo cual unido al índice de precios regionales, permite mantener una competitividad

3.6.12 Costos Variables

La determinación de los insumos va a estar en función de la capacidad productiva de la empresa, la misma que queda determinada por:

Producto	Presentación	Precio unitaria	Cantidad/casa	Cantidad anual/lt	Costo total
Desinfectantes	2lts	3,45	0,125cc	54	186,3
Desodorisantes	2lts	2,15	0,125cc	54	116,1
Detergente	2 Kg	4,44	100 gr	43,2	191,808
Suavizante	1 lts	3,89	0,125cc	54	210,06
Electricidad	1Kwdia	1,63	1,5Kw/dia	864	1408,32
Agua	49lts	0,12	49lt/lavado	864	103,68
Otros	1 m3				239,52
TOTAL					2455,788

Fuente Investigación de mercados

3.6.13 Costos Fijos

Sueldos y salarios para el personal directivo y operativo, gastos básicos en teléfono, gastos de arriendo según condiciones de mercado, y en procesos de difusión y promoción:

COSTOS FIJOS	año 1
Mano de obra	27780
Teléfono	84
Arriendos	2160
Difusión	240
TOTAL	30264

Fuente Investigación de mercados

3.6.14 Punto de equilibrio

costo fijo	30264
costo variab	2455,788
Ingresos	44928
PE=	32013,8963

Fuente Investigación de mercados

El punto de equilibrio en donde los ingresos obtenidos por la prestación del servicio, se igualan a los costos fijos y variables, el mismo que determina un valor de \$ 32.013,9

FLUJO DE CAJA

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por vtas	44928	46904,83	48968,64	51123,26	53372,69
EGRESOS					
Materia prima	704,268	735,26	767,61	801,38	836,64
Mano de obra	27780	29002,32	30278,42	31610,67	33001,54
Electricidad	1408,32	1470,29	1534,98	1602,52	1673,03
Agua	103,68	108,24	113,00	117,98	123,17
Teléfono	84	87,70	91,55	95,58	99,79
Arriendos	2160	2255,04	2354,26	2457,85	2565,99
Gastos interes	3600	3600,00	3600,00	3600,00	3600,00
Difusión	840	876,96	915,55	955,83	997,89
TOTAL EGRESOS	36680,27	38135,80	39655,37	41241,81	42898,05
UTILIDAD BRUTA	8247,73	8769,03	9313,27	9881,45	10474,64
Reparto utilidad	1237,16	1315,35	1396,99	1482,22	1571,20
Utilidad antes im	7010,57	7453,68	7916,28	8399,24	8903,44
Impuestos	1752,64	1863,42	1979,07	2099,81	2225,86
UTILIDAD NETA	5257,93	5590,26	5937,21	6299,43	6677,58
FLUJO DE CAJA	-16764,75	5257,93	5590,26	5937,21	6299,43

Fuente Investigación de mercados

VAN	21.512,90
TIR	22%

De acuerdo a los valores obtenidos, se espera una tasa interna de retorno de 22%, la misma que se considera aceptable en la etapa de introducción, de cualquier manera, se puede subir los ingresos por ventas elevando la capacidad instalada, de manera que se pueda dar mayor cobertura del servicio acercándose a la demanda potencial.

3.6.15 Comercialización

El canal de distribución que utilizaremos para promocionar el producto de manera que impacte en el consumidor será:

- Crear una página web, en la que se detallan todos los servicios que brindamos y promocionamos semanales, mensuales y en ocasiones especiales.
- Publicidad en radio y periódicos locales.
- Se realizará un contrato para difundir nuestros servicios con las principales estaciones de radio, de igual manera se procederá con los periódicos.
- Membrecías para instituciones públicas, privadas y personas particulares. La misma que se realizará a través de un pago anual en el cual se puede financiar con tarjetas de crédito y cheques hasta 6 meses plazo.

4. CONCLUSIONES

En 1998, la UNESCO en la declaración Mundial sobre educación superior para el siglo XXI, plantea en su artículo 6, la responsabilidad que tienen las universidades de fijar orientaciones a largo plazo que permitan resolver las necesidades y aspiraciones sociales, promoviendo esta responsabilidad a los estudiantes, y en este mismo artículo literal b) expresa: “ La educación superior debe reforzar su servicio a la sociedad y en especial sus actividades para eliminar la pobreza, la intolerancia, la violencia, el analfabetismo. El hambre, la degradación ambiental y la enfermedad, utilizando principalmente enfoques transdisciplinarios e interdisciplinarios en el análisis de los temas y problemas”.

En este sentido, la Universidad Nacional de Chimborazo, a través del Centro de Investigación de la facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, con el apoyo de docentes y estudiantes en convenio con la Red Interinstitucional de Movilidad Humana de Chimborazo en su proyecto “Capacidades Empresariales por Chimborazo” ha levantado la información sobre potencialidades productivas en los cantones de Chunchi, Cumandá y Riobamba, de manera que a través de sus actores directos, conociendo sus necesidades, se pueda enfocar el desarrollo de su pueblo. Se plantea entonces un desarrollo sustentable, que mejore la calidad de vida de sus habitantes, aprovechando los recursos existentes, y sobre todo amigable con el ambiente.

En este sentido, se analizó el sector productivo de las zonas de estudio, llegando a las siguientes conclusiones:

- Los habitantes de Chunchi y Cumandá, tienen acceso equitativo a los planes de desarrollo cantonales, sus autoridades buscan mejorar las condiciones de vida actuales y de las futuras generaciones, las mismas se han involucrado en temas de importancia como el fenómeno

migratorio, la generación de empleo y el mejoramiento de las capacidades productivas de sus pueblos.

- La existencia de organizaciones sociales y productivas sólidamente sustentadas permiten la generación de ideas productivas y el consecuente compromiso de sus integrantes en mejorar su calidad de vida.
- Los recursos productivos de las zonas se ven enfocados hacia el sector agrícola y ganadero, poseen cultivos en los que se aplican métodos y técnicas tradicionales, constituyéndose en un potencial empresarial.
- Existen recursos potenciales empresariales en las zonas, que en la actualidad no han sido aprovechados al máximo de su capacidad generando el descontento de sus accionistas, la recuperación de estos espacios posibilita el crecimiento del mercado y la consecuente generación de recursos y el incremento de beneficios a los productores y a su cantón.
- En la zona de Riobamba, a pesar de la gran influencia migratoria, la participación de los actores se ha visto limitada, sin embargo el estudio se enfocó en la prestación de servicios con potencialidad de crecimiento, tomando en cuenta que el mercado de panaderías, y la industria textil generan una oferta de 41 y 29 establecimientos respectivamente; razón por la que el estudio se enfocó en los Servicios de Hogar.
- El planteamiento de las propuestas de proyectos factibles se han orientado en la participación de los actores, la generación de empleo, la existencia de reinversión, los niveles de rentabilidad y las potencialidades productivas de las zonas.

5. BIBLIOGRAFIA

- El sistema público financiero del Ecuador
- CALDAS, Marco. "Diseño formulación y evaluación de proyectos" Manual esquemático". Ecuador.2006.
- DAQUILEMA, Lino. LUNA, Alfonso. "Proyecto de factibilidad para la creación de una fábrica de calentadores solares de agua, para su comercialización en la ciudad de Riobamba". Ecuador.2007.
- MAGAP Censo agropecuario 2001
- SALINAS, Ángel. "Proyecto de factibilidad para la obtención de etanol en la comunidad de Suncamal del cantón Cumandá provincia de Chimborazo" 2008.

WEB GRAFÍA

- <http://www.slideshare.net/AlejandroEcu/anlisis-de-unicef-a-la-proforma-presupuestaria-de-ecuador-2009-2010>
- www.siise.gov.ec
- www.mcds.gov.ec/siise/index.htm
- <http://www.chunchi.ya.st>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>.
- http://www.inec.gov.ec/web/guest/publicaciones?p_p_id=20&p_p_action=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&_20_struts_action=%2Fdocument_library%2Fview&_20_tabs1=my_documents&_20_folderId=322117&_20_keywords=&_20_advancedSearch=false&_20_andOperator=true&cur=96.
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Cumand%C3%A1_\(cant%C3%B3n\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Cumand%C3%A1_(cant%C3%B3n))
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Riobamba>
- <http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000003>
- <http://www.mag.gov.ec/>
- <http://www.undp.org/evaluation/documents/.../Sp-essentials%20No%202.pdf>
- <http://www.bnf.fin.ec>

6. INDICE

Contenido

Introducción	1
Presentación	3
Resumen	5
1. Diagnóstico socioeconómico	7
1.1 Antecedentes de la investigación	7
1.2 Objetivo	9
1.3 Situación socio-económica del país	9
1.4 Cantón chunchi	14
1.5 Cantón cumandá	21
1.6 Cantón riobamba	27
1.6.1 Situación socio-económica	27
1.6.2 División político administrativa	28
2. Procesos de investigación y análisis de resultados	31
2.1 Metodología	31
2.2 Análisis e interpretación de resultados	35
3. Factibilidad de inversión	84
3.1 Estudio de factibilidad para la inversión en la empresa de embutidos “ricuras puñay” en el canton chunchi.	84
3.1.1 Breve descripción del cantón chunchi	84
3.1.2 Proceso de investigación de mercados	85
3.1.3 Definición del producto	86
3.1.4 Análisis y proyección de la demanda	86

3.1.5	Análisis y proyección de la oferta.- oferta de embutidos en el ecuador	88
3.1.6	Factibilidad de inversion en “ricuras puñay”	89
3.1.6.1	Estudio técnico	89
3.1.6.2	Situación económica de la empresa	90
3.1.6.3	Punto de equilibrio	91
3.1.6.4	Inversiones del proyecto	93
3.1.6.5	Flujo de caja programado con la nueva maquinaria	95
3.2	Estudio de factibilidad para la inversion en un centro de acopio de leche en el canton chunchi	96
3.3	Estudio de factibilidad para la inersion en la planta de procesamiento de alimentos balanceados para animales en el cantón cumanda	100
3.4	Estudio de factibilidad para la ivercion en la empresa de alcohol antiséptico en el canton cumanda.....	114
3.5	Estudio de factibilidad para la implementacion de una empresa de paneles solares en el canton riobamba.....	121
3.6	Estudio de mercado para la factibilidad de la empresa de servicio de hogar	132
4.	Conclusiones.....	145
5.	Bibliografia.....	147
6.	Indice	148
7.	Anexos	150

7. ANEXOS

ANEXOS



Equipo Técnico RIMHUCH





*Reuniones del Comité de
Gestión del Proyecto CECH*



*Acercamiento con Actores Sociales y
Gobiernos Locales de cada Cantón*



Levantamiento de necesidades en cada cantón





*Aplicación de
Encuestas*



“Esta publicación se ha producido con el apoyo de Unión Europea mediante la Iniciativa Conjunta sobre Migración y Desarrollo de la Comisión Europea y Naciones Unidas”



Ejecutado por:

