



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

TÍTULO:

**ESTUDIO DE OPORTUNIDADES Y PERSPECTIVAS DE
EMPRENDIMIENTO EN EL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO, PERIODO 2015-2016**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA COMERCIAL**

AUTORA: MARÍA JOSE TENEMAZA YAUCAN

TUTORA: ING. SANDRA HUILCAPI PEÑAFIEL M.D.E

RIOBAMBA - ECUADOR

2017

INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de tutora del proyecto de investigación, cuyo tema es: **ESTUDIO DE OPORTUNIDADES Y PERSPECTIVAS DE EMPRENDIMIENTO EN EL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO. PERIODO 2015-2016.**

luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborada por la Srta: María Jose Tenemaza Yaucan, tengo a bien informar que el trabajo indicado, cumple con los requisitos y reglamentos planteados por la Universidad Nacional de Chimborazo y la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, me permito sugerir su aprobación y su posterior defensa.

Riobamba, 2017



Ing. Sandra Huilcapi

C.I. 0601690415



CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL




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

TÍTULO

Estudio de oportunidades y perspectivas de emprendimiento en el cantón Alausí, provincia de Chimborazo, periodo 2015-2016

Proyecto de investigación para la obtención del título de Ingeniera Comercial.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Ing. Sandra Huilcapi TUTORA	<u>10</u> Calificación	<u></u> Firma
Ing. Luis Paucar MIEMBRO 1	<u>9.90</u> Calificación	<u></u> Firma
Phd. Rene Basantes MIEMBRO 2	<u>9.90</u> Calificación	<u></u> Firma
	NOTA: <u>9.93</u> (SOBRE 10)	

DERECHOS DE AUTOR

Yo, María Jose Tenemaza Yaucan portadora de la cedula de identidad 0604547893,soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el tema estudio de oportunidades y perspectivas de emprendimiento en el cantón Alausí,Provincia de Chimborazo.Periodo 2015-2016 y, los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo



María José Tenemaza

C.C. 060454789-3

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo se lo dedico a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar siendo mi apoyo en todo momento.

Los amo con mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres y hermanos por el apoyo incondicional que me brindaron para poder culminar mi etapa profesional.

Índice General

Código	Contenido	Pág.
	INFORME DEL TUTOR.....	ii
	DERECHOS DE AUTOR	iv
	DEDICATORIA	v
	Índice General	vii
	Índice de Figuras.....	ix
	Índice de Tablas	ix
	Índice de Gráficos	x
	Índice de Anexos.....	xi
	Resumen.....	xii
	Abstract	xiv
1.	INTRODUCCIÓN	1
1.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.2.	Justificación	3
2.	OBJETIVOS	4
2.1.	General.....	4
2.2.	Específicos	4
3.	ESTADO DEL ARTE.....	5
3.1.	Antecedentes Investigativos.....	5
3.2.	Unidades.....	5
3.2.1.	Unidad I: Análisis Situacional de Mercado Del Cantón Alausí.....	5
3.2.1.1.	Información General	6
3.2.1.2.	Sistema Económico.....	6
3.2.1.3.	Análisis Externo.....	9
3.2.1.3.1.	Aspecto Económico	9
3.2.1.4.	Análisis Interno.....	15
3.2.1.4.1.	Aspecto Demográfico	15
3.2.1.4.2.	Aspecto Social.....	17
3.2.1.4.3.	Aspecto Económico	18
3.2.2.	Unidad II: Emprendimientos.....	20
3.2.2.1.	Concepto	20
3.2.2.2.	Importancia de los emprendimientos	21
3.2.2.3.	Identificación de oportunidades de Negocio.....	22

3.2.2.4.	Estudio de Oportunidades de Negocio	23
3.2.3.	Unidad III: Análisis de factibilidad.....	24
3.2.3.1.	Definición.....	24
3.2.3.2.	Objetivos	24
3.2.3.3.	Estudio de Mercado	25
3.2.3.4.	Proceso de Investigación de Mercados	25
3.2.3.5.	Factibilidad de las oportunidades de negocio	26
4.	METODOLOGÍA	29
4.1.	Método	29
4.2.	Tipo de Investigación.....	29
4.3.	Diseño de la Investigación	29
4.4.	Población y Muestra.....	30
4.4.1.	Población.....	30
4.4.2.	Muestra.....	30
4.5.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	31
4.5.1.	Técnicas.....	31
4.5.2.	Instrumentos.....	31
4.6.	Técnicas de procedimientos para el análisis	31
5.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
5.1.	Resumen Investigación de Campo	32
5.1.1.	Resultados Encuesta.....	32
5.1.1.1.	Análisis cuali-cuantitativo.....	32
5.1.1.2.	Resumen.....	50
5.1.2.	Resultados Entrevistas	53
5.1.2.1.	Detalle de respuestas obtenidas.....	54
5.1.2.2.	Resumen.....	56
5.2.	Resumen Técnico de la Investigación.....	57
5.3.	Discusión de Resultados	57
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	60
6.1.	Conclusiones	60
6.2.	Recomendaciones.....	61
7.	BIBLIOGRAFÍA	62
8.	ANEXOS	64

Índice de Figuras

Figura 1: Sectores que conforman la Economía Popular y Solidaria	7
Figura 2: Tasa de Interés Activa, 2012 al 2016	10
Figura 3: Tasa de Interés Pasiva, 2012 al 2016.	10
Figura 4: Inflación acumulada del 2012 al 2016	11
Figura 5: PEA vs PEI, 2012 al 2016 –INEC.....	12
Figura 6: Riesgo País, 2012 al 2016	13
Figura 7: Producto Interno Bruto, 2012 al 2016.....	14
Figura 8: PEA: Población con empleo y en desempleo, 2012 al 2016.....	15
Figura 9: Eloy Alfaro y el Ferrocarril	67
Figura 10: Localización del cantón Alausí	68

Índice de Tablas

Tabla 1: Población Económicamente Activa, 2012 al 2016.....	12
Tabla 2: Producto Interno Bruto, 2012 al 2015	13
Tabla 3: PEA - Población con empleo y en desempleo, 2012 al 2016.....	14
Tabla 4: Población del Cantón Alausí por género	15
Tabla 5: Población del Cantón Alausí por zona de residencia	16
Tabla 6: Población por sexo y parroquia	16
Tabla 7: Población del Cantón Alausí por edad y género.....	17
Tabla 8: Alausí – Número de personas que reciben el Bono de Desarrollo Humano	18
Tabla 9: Indicadores Económicos.....	18
Tabla 10: Alausí - Principales actividades productivas del territorio, según participación en la PEA	19
Tabla 11: Alausí - Principales actividades que generan mayor ingreso monetario	19
Tabla 12: Alausí – Número de establecimientos	20
Tabla 13: Oportunidades de negocio	24
Tabla 14: Análisis de Costos – Situación Actual vs Oportunidad de Negocio.....	28
Tabla 15: Actividad Económica Actual.....	32
Tabla 16: Ingresos Mensuales.....	33
Tabla 17: Actividad Económica VS Ingresos.....	34
Tabla 18: Posicionamiento de la actividad económica.....	35

Tabla 19: Actividad Económica VS Posicionamiento.....	36
Tabla 20: Conocimiento normativa y regulaciones actividad comercial.....	37
Tabla 21: Actividad económica VS Conocimiento normativa	38
Tabla 22: Perspectiva actual del negocio.....	39
Tabla 23: Actividad económica VS Perspectiva actual del negocio	40
Tabla 24: Reciben bono de desarrollo humano y vivienda.....	41
Tabla 25: Actividad económica VS Bono de desarrollo humano y vivienda.....	42
Tabla 26: Crédito para actividad comercial	43
Tabla 27: Actividad económica VS Crédito	44
Tabla 28: Soporte Crediticio.....	45
Tabla 29: Actividad económica VS Soporte Crediticio.....	46
Tabla 30: Avalúo Soporte Crediticio	47
Tabla 31: Conocimientos, habilidades y destrezas para emprendimiento	48
Tabla 32: Actividad económica VS Conocimientos, habilidades y destrezas para emprendimiento	49
Tabla 33: Emprendimientos para mejorar ingresos mensuales	50
Tabla 33: Respuestas – entrevistas de investigación	54
Tabla 34: Equipos mínimos para proceso de industrialización	77

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Actividad Económica Actual.....	32
Gráfico 2: Ingresos Mensuales	33
Gráfico 3: Actividad Económica VS Ingresos.....	34
Gráfico 4: Posicionamiento de la actividad económica.....	35
Gráfico 5: Actividad Económica VS Posicionamiento.....	36
Gráfico 6: Conocimiento normativa y regulaciones actividad comercial.....	37
Gráfico 7: Actividad económica VS Conocimiento normativa	38
Gráfico 8: Perspectiva actual del negocio.....	39
Gráfico 9: Actividad económica VS Perspectiva actual del negocio	40
Gráfico 10: Reciben bono de desarrollo humano y vivienda.....	41
Gráfico 11: Actividad económica VS Bono de desarrollo humano y vivienda.....	42
Gráfico 12: Crédito para actividad comercial	43
Gráfico 13: Crédito para actividad comercial.....	44

Gráfico 14: Soporte Crediticio.....	45
Gráfico 15: Actividad económica VS Soporte Crediticio	46
Gráfico 16: Avalúo Soporte Crediticio	47
Gráfico 17: Conocimientos, habilidades y destrezas para emprendimiento	48
Gráfico 18: Actividad económica VS Conocimientos, habilidades y destrezas para emprendimiento	49
Gráfico 19: Emprendimientos para mejorar ingresos mensuales	50

Índice de Anexos

Anexo 1: Información General del Cantón Alausí	64
Anexo 2: Guion de Encuesta	72
Anexo 3: Guion de Entrevista.....	74
Anexo 4: Crédito para emprendimiento productivo – Simulación de crédito	75
Anexo 5: Equipos mínimos para proceso de industrialización.....	77

Palabras Claves

Estudio de oportunidades

Emprendimiento

Análisis

Perspectivas

Factibilidad

Resumen

El presente tema de investigación se titula “Estudio de Oportunidades y Perspectivas de Emprendimiento en el Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo, Periodo 2015-2016”. Su contenido está organizado en capítulos, cuyo contenido se describe a continuación:

Primer capítulo: Describe la problematización, justificación, objetivos e hipótesis de la investigación. Su objetivo fue identificar y describir técnicamente ideas de negocio que mejoren la calidad de vida de la población del cantón Alausí, considerando su realidad socioeconómica.

Segundo capítulo: Contiene el estado del arte del estudio. En él se detalló el análisis situacional de mercado del cantón Alausí, y el fundamento teórico e investigativo relacionado a emprendimientos y análisis de factibilidad. Mediante al proceso investigativo se identificaron varios emprendimientos, los cuales fueron descartados en relación a la demanda potencial, formación profesional necesaria, nivel de inversión, y su existencia o no en el mercado. Finalmente se identificó a la “pasteurización de leche” como la oportunidad de negocio más factible.

Tercer capítulo: Detalla los métodos, técnicas e instrumentos de investigación, así como los resultados cuali-cuantitativos de su aplicación. Al ser una investigación de campo y documental, se debieron aplicar encuestas a 374 pobladores del cantón Alausí con una edad comprendida entre los 20 y 50 años; y entrevistas a todo el personal que labora en la Unidad de Desarrollo Productivo del GAD Municipal de Alausí.

Cuarto capítulo: Contienen las conclusiones y recomendaciones alcanzadas por la autora durante el proceso investigativo, relacionados directamente a los objetivos planteados en el primer capítulo del documento.

ABSTRACT

This research topic is titled “Study of Venture’s Opportunities and Perspectives in Alausí Canton, Province of Chimborazo, Period 2015- 2016”. Its content is organized into chapters described below:

First chapter: It describes the problematization, justification, objectives and hypothesis of the investigation.

Its objective was identify and technically describe business ideas that improve the quality of life of the Alausí population, considering its social and economic reality.

Second chapter: It contains the state of the art of the study. It detailed the market situational analysis of the Alausí Canton. It detailed the market situation analysis of the Alausí canton, and the theory and investigative bases related to ventures and feasibility analysis. Through the investigative process several ventures were identified, which were discarded in relation to the potential demand, necessary professional training, level of investment, and their existence or not in the market. Finally; the “milk pasteurization” was identified as the most feasible business opportunity.

Third chapter: It details the research methods, techniques and instruments, as well as the qualitative and quantitative results of its application. Being a field and documentary investigation, surveys were applied to 374 residents of the Alausí Canton between 20 and 50 years old; also interviews to all the staff who are working in the productive and development Unit of the Municipal (GAD) of Alausí.

Fourth chapter: It contains the conclusions and recommendations reached by the author during the investigative process, directly related to the objectives presented in the first chapter of this document.



SIGNATURE

Reviewed by: Maldonado, Ana
Language Center Teacher



CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

El turismo en el Ecuador ha venido generando importantes oportunidades de negocio tanto en las grandes ciudades como en los pequeños poblados, considerando el interés que tiene el extranjero o el turista nacional en conocer la gastronomía, la cultura, las costumbres, la belleza natural, entre otros atractivos de los lugares que visita. Este movimiento humano provoca el consumo de bienes y servicios de pequeñas, medianas y grandes empresas o negocios, los cuales deben acoplarse a las necesidades siempre cambiantes del mercado.

Una idea de negocio es el insumo básico de cualquier emprendedor. Su importancia es tal, que el éxito del emprendimiento radica en los fundamentos con los que se haya elaborado dicha idea. El estado ecuatoriano ha generado varios proyectos de emprendimiento en los cuales se provee de capital semilla, financiamiento, capacitación y asesoría técnica a emprendedores que demuestren la factibilidad de su idea de negocio. Por otra parte, instituciones financieras del sector público como Ban Ecuador (antiguamente denominado Banco Nacional de Fomento) brinda apoyo económico para el desarrollo de emprendimientos a microempresas, Pymes, organizaciones comunitarias y asociaciones. El emprendedor entonces puede iniciar su actividad comercial con capital propio, o gestionar su financiamiento a través del sistema financiero público o privado.

Los estudios de mercado, como procesos de investigación científica, tienen gran importancia al momento de plantear una idea de negocio. Su relevancia no tiene que ver únicamente con la obtención del financiamiento y la captación de socios capitalistas, sino más bien en el aseguramiento de la inversión, cuando se tratan criterios empresariales de nivel financiero como lo son la rentabilidad y liquidez. Estos criterios son propios de todo tipo de negocio, grande o pequeño, y dependen en gran manera de un análisis técnico previo al emprendimiento.

MARCO REFERENCIAL

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cantón Alausí posee una población que bordea los 44 mil habitantes, es decir, el 9.6% de la población de Chimborazo, siendo su porcentaje de pobreza del 87.1%. El 75.8% de la población ocupada se dedica a actividades de Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, y apenas el 4.8% trabajan en actividades relacionadas al comercio (Sistema Nacional de Información, 2014, pp.1-4). Estos datos reflejan, sin lugar a dudas, que las actividades desarrolladas por la gran mayoría de la población no están generando la riqueza necesaria para que sus habitantes salgan del umbral de la pobreza.

La afluencia actual de turistas al Cantón Alausí está potencializando el comercio de la localidad. Inversiones públicas como el “Tren Crucero” han generado la llegada masiva de turistas nacionales y extranjeros, los cuales tienen un potencial importante de gasto en relación al uso de servicios alimenticios, de alojamiento y entretenimiento. Sin embargo, el cantón no cuenta con una infraestructura comercial que solvete todas las necesidades de los turistas. Es por esta razón que toma importancia la generación de emprendimientos de inversión privada adecuados a la realidad económica de los inversionistas locales, así como de sus potenciales usuarios.

La inadecuada inversión de capital en una idea de negocio es sin duda un proceso que, a más de un emprendedor, ha generado pérdidas económicas. Esto se debe, en gran parte, a la falta de tecnicidad con la cual se analiza la factibilidad de un emprendimiento para la toma de decisiones. En algunas ocasiones, suelen priorizarse aspectos como la “novedad” sobre otros más importantes como lo es la “necesidad”; en otras, se implanta el mismo tipo de negocio que otro ya existente en el mercado, sin un análisis de demanda insatisfecha.

La problemática principal que enfrenta un emprendedor para iniciar su actividad comercial son: el financiamiento y el cumplimiento de los procesos legales a efectuarse en los entes de control (Servicio de Rentas Internas y Gobiernos Municipales). En cuanto al financiamiento, las entidades financieras solicitan varios tipos de garantías las cuales a veces no pueden ser cumplidas por quienes desean iniciar su actividad comercial y no cuentan con bienes que respalden sus créditos. En cuanto a los procesos legales, el desconocimiento genera problemas de incumplimiento de requerimientos,

procesos y pagos obligatorios, lo cual puede conllevar a cierres tempranos del negocio y/o al pago de multas e intereses, lo cual desanima enormemente a los emprendedores.

Estos problemas disminuyen la posibilidad de que un emprendimiento se efectivice, siendo necesario el desarrollo de estudios o propuestas técnicas que brinden a los potenciales inversionistas de la región de una seguridad razonable sobre su inversión de tiempo y capital.

Ante esta situación, el presente proyecto de investigación plantea la realización de un estudio de oportunidades y perspectivas de emprendimiento en el cantón Alausí, el cual permita identificar ideas de negocio factibles, en base a la aplicación de procesos técnicos de análisis de mercado y la revisión de información documental del periodo 2015-2016.

1.2. Justificación

El estudio previo a la implantación de una idea de negocios provee de una seguridad razonable a la inversión, la cual al mediano y largo plazo genera bienestar al emprendedor y su fuerza de trabajo, dinamizando además la economía de la región. La realización del estudio de oportunidades y perspectivas de emprendimiento permitirá a emprendedores locales tomar la decisión de invertir en proyectos de negocio que resultan rentables y con una alta aceptación en el mercado.

En el desarrollo del estudio se deberá analizar la situación actual del mercado (Alausí), para la identificación de oportunidades de negocio. Luego se evaluarán dichas oportunidades en función a las características sociales y económicas de la población de Alausí y su acceso a financiamiento público y/o privado, a fin de que sus beneficios mejoren los niveles de ingreso de la población propia del Cantón. Finalmente, luego de ponderar las ideas de negocio identificadas en base a su factibilidad técnica y económica, se procederá a elaborar un resumen técnico de la investigación para su acceso y consulta general.

El desarrollo de la propuesta es factible, considerando la disponibilidad de información estadística en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, respecto a empleo y población, y el acceso de la tesista a la población de estudio para la aplicación de encuestas, entrevistas y otros procesos de investigación.

Los beneficiarios directos del proyecto son los pobladores del cantón Alausí, pues la aplicación de la propuesta mejorará la calidad de vida de dicha población. La propuesta metodológica planteada y los resultados obtenidos podrán ser utilizados en futuras investigaciones por alumnos de la UNACH u otros investigadores.

2. OBJETIVOS

2.1. General

Efectuar un estudio de oportunidades y perspectivas de emprendimiento en el cantón Alausí, de la provincia de Chimborazo, periodo 2015-2016, mediante la aplicación de procesos de investigación de mercado que faciliten la identificación y descripción técnica de ideas de negocio.

2.2. Específicos

- Analizar la situación actual del mercado, mediante la aplicación de procesos investigativos de campo y revisión bibliográfica documental, para la determinación de oportunidades de negocio.
- Determinar la factibilidad técnica y económica de las oportunidades de negocio identificadas, considerando la realidad socio-económica general de la población y el acceso a financiamiento público o privado, para su priorización.
- Difundir los resultados de la investigación, mediante la elaboración y publicación de un resumen técnico del presente estudio en medios de difusión masiva del cantón, para la identificación y descripción técnica de ideas de negocio que mejoren la calidad de vida de su población.

CAPITULO II

3. ESTADO DEL ARTE

3.1. Antecedentes Investigativos

El trabajo de investigación “Alternativas de emprendimientos de los migrantes retornados para el desarrollo de PYMES Turísticas en el cantón Alausí”, fue realizado por (Calvopiña & Pazmiño V., Alternativas de emprendimientos de los migrantes retornados para el desarrollo de PYMES Turísticas en el cantón Alausi., 2016) a fin de diseñar planes de negocio orientados al desarrollo de PYMES turísticas, dirigidos a los migrantes retornados del cantón Alausí. El proceso investigativo se inició con el diagnóstico de la situación actual, a fin de identificar alternativas de emprendimientos. Luego se aplicó un análisis FODA para conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presentan los migrantes retornados del cantón Alausí.

El proyecto investigativo "Alternativas de emprendimientos de los migrantes retornados para el desarrollo de PYMES Turísticas en el cantón Chunchi", realizado por (Calvopiña & Yamasqui C., 2016) manejó el mismo planteamiento investigativo que el tema anterior, con un enfoque al cantón Chunchi.

No se han identificado otros procesos investigativos relacionados a la temática del presente proyecto. Es así que se ha demostrado la originalidad del proyecto, y su relevancia en torno al aporte metodológico, práctico y teórico descrito en apartados anteriores.

3.2. Unidades

3.2.1. Unidad I: Análisis Situacional de Mercado Del Cantón Alausí

Alausí es un cantón de la provincia de Chimborazo localizado a 97 km de Riobamba, la cabecera cantonal, en un pequeño valle al pie del cerro Gampala, en la depresión en la que se sitúa el río Chanchán. Según el último censo del INEC (2010) su población es de 45752 habitantes. Entre las principales actividades económicas desarrolladas por sus habitantes están la agricultura y la ganadería. (Sistema Nacional de Información, 2014)

3.2.1.1. Información General

En el Anexo I se describe información general del cantón, en cuanto a su reseña histórica, localización y división territorial, y su cultura y tradición.

3.2.1.2. Sistema Económico

Respecto al sistema económico, la Constitución de la República del Ecuador del año 2008 manifiesta que:

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios. (p.140)

Dentro de este marco constitucional se reconoce y legitima las prácticas y experiencias solidarias de hacer economía. Además, se establecen las condiciones requeridas para la construcción de un sistema social basado en el crecimiento económico en base a la realidad de los pueblos y de sus prácticas ancestrales.

Definición de Economía Popular y Solidaria

La Economía Popular y Solidaria (EPS) se define como “la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos” (SEPS, 2015). Este sistema económico prioriza al ser humano como sujeto y fin de su actividad, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

La Economía Popular y Solidaria es una forma de organización económica reconocida a través de la Ley de Economía Popular y Solidaria (LOEPS). En su Art. 1 describe que sus integrantes “individual y colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios mediante relaciones basadas en la solidaridad, cooperación y reciprocidad, situando al ser humano como sujeto y fin de su actividad”.

Por otra parte, el Artículo 283 de la Constitución establece que el sistema económico es social y solidario, y está integrado por las formas de organización pública, privada, mixta, popular y solidaria.

El objetivo de la economía popular y solidaria es ofrecer seguridad y crear oportunidades de empleo, lo cual se han fundamentado en cambios al marco legal del estado.

Los sectores que conforman la Economía Popular y Solidaria, por tanto, son (ver Figura 1):

Figura 1: Sectores que conforman la Economía Popular y Solidaria



Fuente: (SEPS, 2015)

- *Sector Privado:* Conformado por las Sociedades de capital o empresas conformadas por capital privado.
- *Sector Público:* Las instituciones públicas integran este sector.
- *Sector Solidario:* Está integrado por las cooperativas, asociaciones y organismos de integración.
- *Sector Popular:* Los emprendimientos (talleres artesanales, comercio informal), las cajas comunales y organizaciones comunitarias.

Existen organismos que se forman en la intersección de cada uno de estos sectores, por ejemplo, entre el sector público y privado, las empresas de capital mixto.

La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario define los siguientes principios sobre los cuales se base la EPS:

Art. 1: Principios. - Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d) La equidad de género;
- e) El respeto a la identidad cultural;
- f) La autogestión;
- g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas;
y,
- h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Respecto al objetivo de la presente investigación, se deberán priorizar los principios de la EPS antes mencionados, a fin de identificar oportunidades de negocio coherentes con el sistema económico del país y sus políticas gubernamentales y financieras.

3.2.1.3. Análisis Externo

Un adecuado análisis del entorno demográfico y económico de la provincia de Chimborazo y del país, permite identificar potenciales oportunidades y amenazas respecto a la implementación de oportunidades de negocio en el cantón Alausí. Estos aspectos externos forman parte del macro-entorno, el cual afecta ineludiblemente a los procesos económicos de la localidad, su crecimiento y proyección a futuro.

3.2.1.3.1. Aspecto Económico

TASAS DE INTERÉS

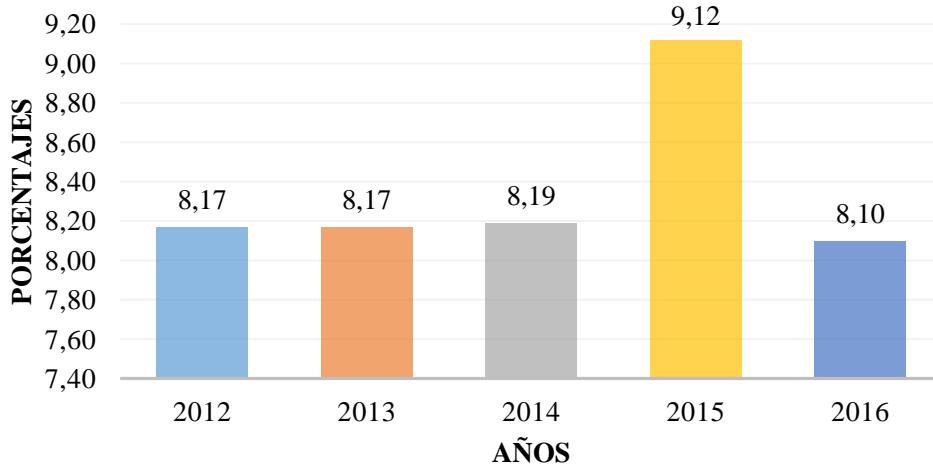
La tasa de interés es “el porcentaje adicional que una persona debe pagar por el uso de un dinero, en un periodo determinado de tiempo” (Superintendencia de Bancos del Ecuador, 2016). Para las Instituciones Financieras representan un balance entre el riesgo y la posible ganancia por la prestación de valores monetarios.

a. Tasa Activa

La Tasa de interés activa es aquella que se paga a las entidades financieras al recibir un préstamo. Se clasifica en dos tipos: nominal y efectiva. La tasa nominal se emplea en el cálculo del pago de intereses que deberá hacerse al banco. La tasa efectiva incluye, a más de los intereses, otros valores relacionados a comisiones y seguros. Esta última determina realmente el costo de un préstamo. (Merton & Bodie, 2003, p. 463)

Según el Banco Central del Ecuador, como puede apreciarse en la Figura 2, la tasa de interés activa efectiva referencial del año 2016 fue la más baja en relación a los últimos 5 años. Al mes de junio del 2017 se ubicó en 7.72%, según el portal web del Banco Central del Ecuador; durante este primer semestre ha fluctuado sin una clara tendencia entre el 8.25% y el 7.37% . Se debe considerar que, según la Resolución 133-2015-M de 29 de septiembre de 2015: "La Tasa Activa Efectiva Referencial corresponde a la tasa de interés activa efectiva referencial del segmento comercial prioritario corporativo".

Figura 2: Tasa de Interés Activa, 2012 al 2016



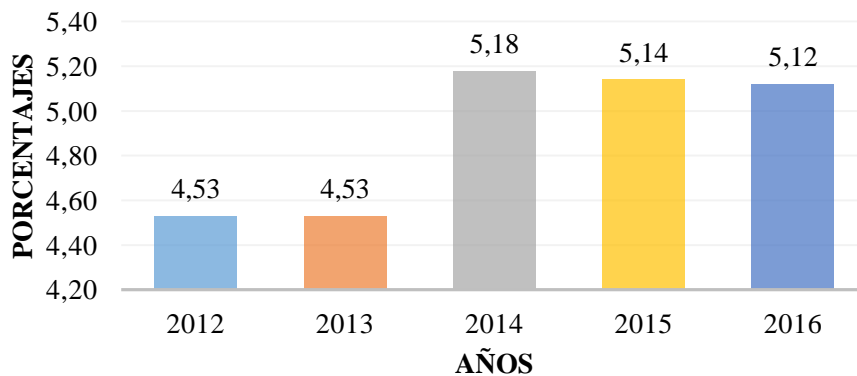
Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

b. Tasa Pasiva

La tasa de interés pasiva es aquella que las entidades financieras pagan a los depositantes por sus ahorros (Merton & Bodie, 2003, pág. 463).

En el año 2016, la tasa de interés pasiva en el Ecuador decreció ligeramente respecto a los últimos 3 años. En el mes de junio del 2017 se ubicó en el 4.80%, según el portal web del Banco Central del Ecuador; al igual que la tasa de interés activa, no ha mantenido una tendencia clara, fluctuando entre el 5.08% y el 4.80%

Figura 3: Tasa de Interés Pasiva, 2012 al 2016.



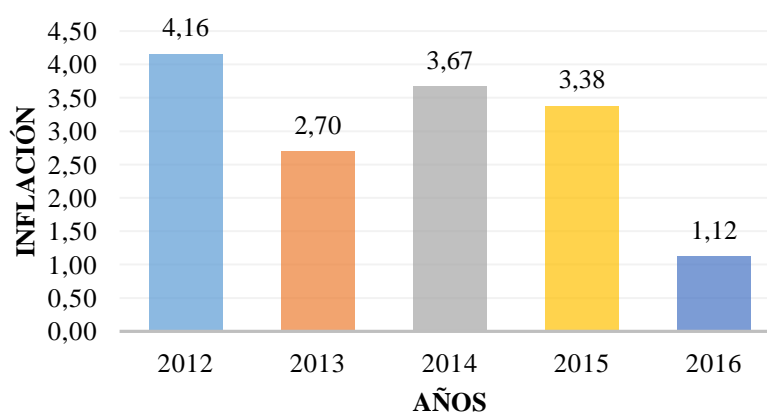
Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

INFLACIÓN

La inflación puede definirse como el “aumento sostenido y generalizado de los precios de los bienes y servicios de una economía a lo largo del tiempo” (Banco de México, 2012).

La inflación en el año 2016 es la menor de los últimos 5 años. Al mes de abril del año 2017, el Banco Central del Ecuador registra una inflación del 1.09%.

Figura 4: Inflación acumulada del 2012 al 2016



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016, p. 12)

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

La Población Económicamente Activa (PEA) está compuesta “por la fuerza laboral efectiva del país, es decir, por las Personas en Edad de Trabajar (PET)” (LaTeX, 2012, p. 1). Según el INEC (2016), la PEA está compuesta por las “personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados)” (p.7).

Por otra parte, la Población Económicamente Inactiva (PEI) está compuesta por “todas aquellas personas de 15 años y más que no están empleadas, tampoco buscan trabajo y no estaban disponibles para trabajar. Típicamente las categorías de inactividad son: rentista, jubilados, estudiantes, amas de casa, entre otros.” (INEC, 2016, p.7).

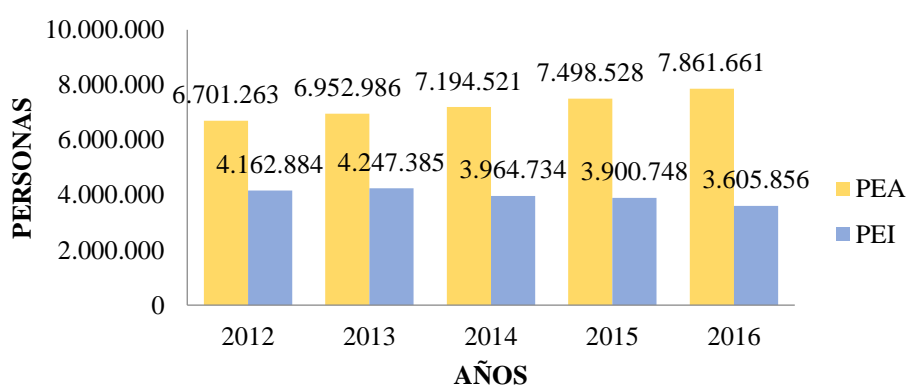
Tabla 1: Población Económicamente Activa, 2012 al 2016

AÑOS*	PEA	%	PEI	%
2012	6.701.263	61,68	4.162.884	38,32
2013	6.952.986	62,08	4.247.385	37,92
2014	7.194.521	64,47	3.964.734	35,53
2015	7.498.528	65,78	3.900.748	34,22
2016	7.861.661	68,56	3.605.856	31,44

* Datos referidos al mes de Diciembre

Fuente: (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2016,p.11)

Figura 5: PEA vs PEI, 2012 al 2016 –INEC



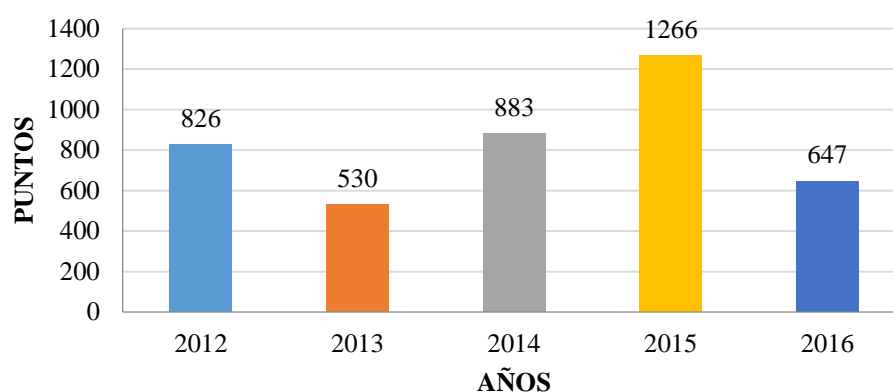
Fuente: (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2016,p.11)

La PEA presenta una tendencia creciente desde el año 2012. En general la PEI representa el 50% de la PEA.

RIESGO PAÍS

El riesgo país puede definirse como la “probabilidad de que se produzca una pérdida financiera por circunstancias macroeconómicas, políticas o sociales, o por desastres naturales, en un país receptor de inversión” (Iranzo, 2008). El riesgo país no presenta ninguna tendencia marcada durante el periodo presentado en la Figura 6 (2012 - 2016), siendo el 2016 el año que presenta el valor más bajo de los últimos 5 años.

Figura 6: Riesgo País, 2012 al 2016



Fuente: (Diario Ámbito Financiero, 2017)

PRODUCTO INTERNO BRUTO

El PIB es la medida más común para medir el desempeño económico de un país. El PIB se define como el “valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en un país, en un periodo de tiempo; generalmente se calcula en un año” (Parkin, 2000).

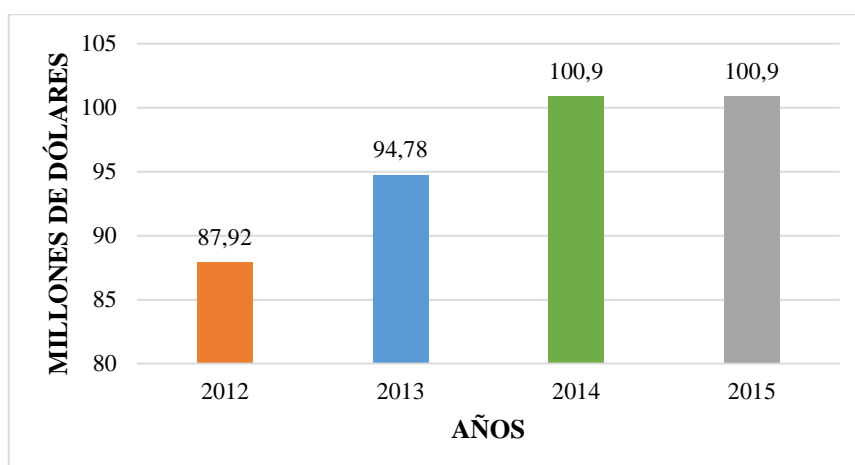
Tabla 2: Producto Interno Bruto, 2012 al 2015

AÑOS	MILLONES DE USD
2012	87,92
2013	94,78
2014	100,90
2015	100,90

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

El PIB presentó una tendencia al alza desde el 2012 al 2014, pero se estabilizó para el año 2015.

Figura 7: Producto Interno Bruto, 2012 al 2016



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

DESEMPLEO

Según el (INEC, 2016), el desempleo es una situación sobre la cual individuos de 15 años y más que en el período analizado no estuvieron empleados, respecto a una de las siguientes situaciones:

- No tuvieron empleo, no estuvieron empleados la semana pasada, pero están disponibles para trabajar;
- Buscaron un trabajo o realizaron alguna gestión para establecer algún negocio, dentro de las cuatro semanas anteriores. (p.8)

Tabla 3: PEA - Población con empleo y en desempleo, 2012 al 2016

AÑOS*	POBLACION CON EMPLEO	%	DESEMPLEO	%	PEA
2012	6.425.089	95,88	276.174	4,12	6.701.263
2013	6.664.241	95,85	288.745	4,15	6.952.986
2014	6.921.107	96,20	273.414	3,80	7.194.521
2015	7.140.636	95,23	357.892	4,77	7.498.528
2016	7.412.671	94,29	448.990	5,71	7.861.661

* Datos referidos al mes de Diciembre

Fuente:(Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2016, pág. 11)

El desempleo en el año 2016 se ha encontrado en el nivel más alto de los últimos 5 años. Según datos del INEC, para el primer trimestre del año 2017 el desempleo se ubicó en 4,4%, siendo más bajo que en el año anterior 2016.

Figura 8: PEA: Población con empleo y en desempleo, 2012 al 2016



Fuente:(Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2016, pág. 11)

3.2.1.4. Análisis Interno

3.2.1.4.1. Aspecto Demográfico

La población de Alausí fue de 44089 habitantes en el año 2010, manteniendo la tendencia provincial, con un número mayor de mujeres que hombres.

Tabla 4: Población del Cantón Alausí por género

GÉNERO	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Hombres	21.188	48,06%
Mujeres	22.901	51,94%
TOTAL	44.089	100%

Fuente: (GADM Alausí, 2014, p. 75)

En cuanto a la población por área de residencia, la población urbana (13%) es mínima respecto a la rural (87%).

Tabla 5: Población del Cantón Alausí por zona de residencia

ZONA	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Urbana	5.732	13%
Rural	38.357	87%
TOTAL	44.089	100%

Fuente: (GADM Alausí, 2014, p. 79)

En cuanto a la población por parroquias y género, se presenta en la siguiente tabla. Como puede observarse, las parroquias de Alausí, Achupallas y Tixán son las más pobladas, mientras que Pistishí es la menos poblada. Entre las 3 parroquias más habitadas, suman las tres cuartas partes de la población cantonal.

Tabla 6: Población por sexo y parroquia

Parroquia	Población	Hombres	%	Mujeres	%
Alausí	10210	4935	48,3%	5275	51,6%
Achupallas	10529	5004	47,5%	5525	52,5%
Guasuntos	2413	1101	45,6%	1312	54,4%
Huigra	2352	1147	47,5%	1205	52,5%
Multitud	2084	1058	50,7%	1026	49,3%
Pistishí	345	165	47,8%	180	52,2%
Pumallacta	905	412	45,5%	493	54,5%
Sevilla	803	370	46,07%	433	53,92%
Sibambe	3869	1898	49,05%	1971	50,95%
Tixán	10579	5098	48,19%	5481	51,81%

Fuente: (GADM Alausí, 2014, p. 79)

La población distribuida por edad y sexo se presenta en la siguiente tabla. Cabe destacar que el mayor porcentaje de la población se ubica en los rangos inferiores a los 40 años de edad.

Tabla 7: Población del Cantón Alausí por edad y género

Edad	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	472	464	936
De 1 a 4 años	2224	2144	4368
De 5 a 9 años	2914	2856	5770
De 10 a 14 años	2969	2906	5875
De 15 a 19 años	2360	2347	4707
De 20 a 24 años	1562	1805	3367
De 25 a 29 años	1155	1474	2629
De 30 a 34 años	972	1133	2105
De 35 a 39 años	924	1128	2052
De 40 a 44 años	812	1012	1824
De 45 a 49 años	812	898	1710
De 50 a 54 años	705	826	1531
De 55 a 59 años	755	850	1605
De 60 a 64 años	677	813	1490
De 65 a 69 años	611	759	1370
De 70 a 74 años	496	569	1065
De 75 a 79 años	338	408	746
De 80 a 84 años	260	282	542
De 85 a 89 años	110	132	242
De 90 a 94 años	45	69	114
De 95 a 99 años	12	21	33
De 100 años y más	3	5	8
Total	21188	22901	44089

Fuente: (GADM Alausí, 2014, p. 78)

3.2.1.4.2. Aspecto Social

El analfabetismo de las mujeres en el cantón ALAUSÍ es del 31.2% y en los hombres es del 17.8%. La escolaridad de la población en el cantón ALAUSÍ es de 4.3 años para las mujeres y 5.5 años para los hombres. (SNI, 2014)

La pobreza moderada por necesidades básicas insatisfechas (NBI) es del 90,6%, mientras que el 70,30% registra pobreza extrema por NBI. Alausí es uno de los cantones con mayor pobreza en el Ecuador.

El bono de desarrollo humano consiste en una transferencia monetaria mensual condicionada al cumplimiento de requisitos establecidos por el Viceministerio de Aseguramiento y Movilidad Social. Lo reciben los representantes de los núcleos familiares que se encuentran bajo la línea de pobreza establecida por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social. Para este fin, el gobierno implementó el denominado “Registro Social”, el cual es un catastro nacional de información

individualizado por familias que permite identificar la Clasificación Socio-Económica de las familias y personas que serán potenciales beneficiarias de los programas y proyectos sociales del Estado. Por tanto, quienes quieren recibir el Bono de Desarrollo Humano deben estar debidamente pre-calificados.

Al respecto, en la siguiente tabla se muestran cifras relacionadas a los beneficiarios del bono de desarrollo humano:

Tabla 8: Alausí – Número de personas que reciben el Bono de Desarrollo Humano

INDICADOR	VALOR	PORCENTAJE
Personas que reciben el bono de desarrollo humano	11.086	25,14%
Personas que recibieron crédito del bono de desarrollo humano	203	0,46%
Mujeres que recién el bono de desarrollo humano	8.986	20,38%

Fuente: (SNI, 2014)

La mayoría de personas que reciben el bono de desarrollo humano no están accediendo a los beneficios de crédito para emprendimiento. La gran mayoría que recibe el bono son mujeres.

3.2.1.4.3. Aspecto Económico

Algunos de los indicadores y datos económicos más importantes del cantón se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 9: Indicadores Económicos

INDICADOR	VALOR
Población Económicamente Activa (PEA)	52% , alrededor de 23.000 habitantes
Ingresos por Ventas	24 millones de USD (1,8% del Chimborazo)
Personal Ocupado	1,6 mil personas

Fuente: (SNI, 2014)

Las tres actividades productivas más importantes a nivel del cantón son: Agropecuaria, Comercio y Construcción, como puede observarse en la siguiente tabla:

Tabla 10: Alausí - Principales actividades productivas del territorio, según participación en la PEA

ACTIVIDAD	CASOS	- PORCENTAJE
	PEA	
Agropecuario	12.170	71,21%
Comercio al por mayor y menor	770	4,46%
Construcción	671	3,90%

Fuente: (GADM Alausí, 2014, p. 128)

A pesar de ser la actividad agropecuaria la más aplicada por la población del cantón Alausí, no es la que mayor ingreso monetario genera. En la siguiente tabla se listan las tres actividades productivas más rentables del cantón.

Tabla 11: Alausí - Principales actividades que generan mayor ingreso monetario

ACTIVIDAD PRINCIPAL	PORCENTAJE
Administración Pública y Defensa	71,21%
Comercio al por mayor y menor	4,46%
Actividades financieras y de seguros	3,90%

Fuente: (GADM Alausí, 2014, p. 129)

En cuanto al número de establecimientos identificados por el Código de Identificación Industrial único “CIIU” registra un total de 618 (GADM Alausí, 2014, p.131). Una descripción detallada por tipo de establecimiento se muestra en la tabla 13. Se destacan los tipos de establecimiento “comercio al por mayor y menor” y “actividades de alojamiento y de servicio de comidas”.

Tabla 12: Alausí – Número de establecimientos

Tipo de establecimiento	Casos
Industrias manufactureras.	39
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	1
Construcción.	4
Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas.	297
Transporte y almacenamiento.	7
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	92
Información y comunicación.	27
Actividades financieras y de seguros.	8
Actividades inmobiliarias.	1
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	28
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	9
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	15
Enseñanza	17
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia	20
Artes entretenimiento y recreación.	5
Otras actividades	48
Total	618

Fuente: (GADM Alausí, 2014, p. 131)

3.2.2. Unidad II: Emprendimientos

3.2.2.1. Concepto

Idea de Negocio

Una idea de negocio puede definirse como una descripción corta y precisa de las operaciones básicas de un negocio en el que se desea invertir. Una idea de negocio se origina generalmente de las necesidades insatisfechas manifestadas en un mercado o de inquietudes personales. (Moreno, 2016, p.24)

Un emprendedor de éxito no invierte su capital a ciegas en una idea de negocio, sino que previamente realiza la valoración o análisis de la idea. La valoración de una idea de negocio se realiza a fin de contar con criterios técnicos que permitan evitar errores e identificar factores clave o de éxito para el nuevo negocio. Los criterios más importantes a tener en cuenta se listan a continuación (Palacios, 2012, p.52):

- Fijar un objetivo y tener actitudes hacia ideas de productos o servicios
- Familiarizarse con el nicho de mercado al que desea concurrir
- Conocer bien los requerimientos del producto y del proceso

- Analizar bien las necesidades financieras
- Conocer las limitaciones legales del producto o servicio
- Asegurar las ventajas competitivas del producto o servicio
- Proteger con patentes las innovaciones
- Revisar que las actividades en el desarrollo del producto o servicio agreguen valor

Mediante el análisis y aplicación de los criterios descritos anteriormente, el emprendedor puede reducir la probabilidad de fracasar en un negocio. A continuación se listan los factores que un emprendedor debe evitar (Palacios, 2012, p.52):

- Inadecuado conocimiento del mercado
- Producto defectuoso
- Promoción mal orientada
- Falta de previsión acerca de la reacción de la competencia
- Rápida obsolescencia del producto
- Momento inadecuado de poner en marcha el negocio
- Excesiva inversión en activos Fijos

La condición primordial de éxito es la orientación al mercado, debiéndose identificar claramente las necesidades del consumidor para desarrollar un producto o servicio que las satisfaga. Deben considerarse además factores limitantes como el dinero, personal, entre otros.

3.2.2.2. Importancia de los emprendimientos

En la actualidad, el emprendimiento ha tomado una gran importancia debido a la necesidad de muchas personas de lograr una independencia y estabilidad económica. La situación económica de los países, las altas tasas de desempleo, y las deficientes condiciones laborales han generado en las personas la necesidad de generar sus propios ingresos, mediante la creación de negocios de alto impacto e innovadores, pasando de ser empleados a empleadores.

A nivel gubernamental, en muchos países, se promueven programas y proyectos que buscan apoyar, técnica y/o económicamente, a emprendedores con el fin de ayudarles en su propósito de crear su propio negocio.

3.2.2.3. Identificación de oportunidades de Negocio

En la cabecera cantonal de Alausí, se pueden encontrar una gran variedad de locales comerciales, los cuales responden a las necesidades de su población, así como de los turistas que llegan al lugar (ver tabla 12).

En el caso específico del turismo, existe una gran oferta de servicios de alojamiento, transporte y alimentación, convirtiéndolo en un sector sin interés para la presente investigación.

Luego de una observación directa a los diferentes negocios del mercado local, no se han identificado pymes que brinden los siguientes servicios específicos o especializados:

- *Guardería:* El MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social) brinda servicios de cuidado a menores a costos sociales, sin embargo existe un sector de la población que prefiere encargar el cuidado de sus infantes a familiares o contratar personas para su cuidado en el hogar.
- *Fisioterapia:* En la región existen “sobadores” que solventan estas necesidades terapéuticas; sin embargo no se proveen servicios especializados.
- *Estimulación temprana niños:* No existe ninguna empresa pública o privada que brinde estos servicios. Actualmente, este servicio es de gran demanda, considerando que las madres conocen los beneficios que tiene la estimulación temprana para los niños.
- *Relojería:* No existe ningún local que brinde estos servicios. A pesar de que en la actualidad no es un artículo que se use ampliamente (ha sido reemplazado por el celular), una parte de la población todavía los usa.
- *Agencia de Viajes:* A pesar de los múltiples atractivos turísticos de la localidad, no existe una agencia de viajes que pueda brindar de servicios de turismo interno; los turistas son direccionados hacia la región de agencias de viajes de otras ciudades (Riobamba, Quito, entre otros).
- *Agencia Publicitaria / Imprenta:* No existe ningún local que brinde estos servicios. De manera general, los negocios locales no realizan marketing interno o externo, y aquellos que inician un negocio solicitan la realización de rótulos, vallas publicitarias, o papelería en ciudades más grandes (Riobamba).

- *Gimnasio*: Anteriormente se han establecido gimnasios en Alausí, sin embargo no han tenido el equipamiento necesario, ni entrenadores físicos con experiencia. Esto ha provocado que la alta demanda que han tenido inicialmente se haya ido disipando, hasta el punto que han debido cerrar.
- *Heladería / Cafetería*: No existe una heladería / cafetería en la localidad. Las tiendas venden los helados que se comercializan regularmente, y los hoteles sirven cafés y desayunos a los visitantes extranjeros.
- *Pasteurizadora Leche / Productores Locales*: Existen varios productores de leche cruda, los cuales salen del sector rural para vender leche en la ciudad; la mayoría los venden a las empresas que las procesan industrialmente. El precio al que lo comercializan es bajo: representa entre el 40% y 50% de lo que cuesta un litro de leche en funda, en una tienda regular.

3.2.2.4. Estudio de Oportunidades de Negocio

Mediante los procesos de observación directa descritos anteriormente se lograron establecer, de manera preliminar, varias oportunidades de negocio en el cantón Alausí. Se realizó un análisis breve de pre-factibilidad, en consideración a la información recabada en los anteriores apartados del presente documento.

El análisis de pre-factibilidad se realizó en función a las siguientes premisas:

- *Nivel educativo bajo*: Considerando el bajo nivel educativo de la población, se han priorizado aquellas oportunidades de negocio que requieren capacitación.
- *Capacidad de endeudamiento baja*: La mayoría de población que tiene capacidad de endeudamiento, poseen un soporte crediticio no mayor a \$10000. Se han priorizado aquellas oportunidades de negocio que requieren una inversión media o baja.
- *Demanda del mercado*: Se han priorizado aquellas oportunidades de negocio que poseen una demanda media o alta.

La tabla 13 contiene un análisis de las oportunidades de negocio, respecto a las variables descritas anteriormente. Como puede observarse, únicamente el servicio “Pasteurizadora Leche / Productores Locales” paso el análisis de pre-factibilidad, razón por la cual será considerada para el análisis de factibilidad del apartado 4.2.3.5.

Tabla 13: Oportunidades de negocio

SERVICIO	DEMANDA POTENCIAL	CAPACITACIÓN / FORM. PROFESIONAL	INVERSIÓN	PRE-FACTIBILIDAD	EXISTE SI O NO
Guardería	Baja	Capacitación	Media	No	SI
Fisioterapia	Alta	Form. Profesional	Alta	No	NO
Estimulación temprana niños	Media	Form. Profesional	Media	No	NO
Relojería	Baja	Capacitación	Baja	No	NO
Agencia de Viajes	Baja	Form. Profesional	Media	No	NO
Agencia Publicitaria / Imprenta	Media	Form. Profesional	Alta	No	NO
Gimnasio	Alta	Form. Profesional	Alta	No	SI
Heladería / Cafetería	Baja (clima)	Capacitación	Media	No	SI
Pasteurizadora Leche / Productores Locales	Alta	Capacitación	Media	Sí	NO

Fuente: Observación de campo

Elaborado por: María José Tenemaza

3.2.3. Unidad III: Análisis de factibilidad

3.2.3.1. Definición

El estudio de factibilidad puede definirse como un instrumento empleado para medir la posibilidad de éxito o fracaso de un proyecto, negocio o emprendimiento, en términos económicos y/o técnicos.

3.2.3.2. Objetivos

Los objetivos más importantes del estudio de factibilidad son los siguientes:

- Definir, mediante un estudio de mercado, las características requeridas del producto o servicio.
- Analizar la oferta y demanda.
- Determinar los aspectos técnicos del emprendimiento.

- Estimar el nivel de inversión necesaria y su cronología; así como los costos de operación y el cálculo de los potenciales ingresos.
- Identificar las fuentes de financiación.

3.2.3.3. Estudio de Mercado

En el estudio de factibilidad económica de una oportunidad de negocio, el estudio de mercado permite dar contestación a las siguientes interrogantes generales: volumen de ventas esperado, comportamiento de las ventas durante el horizonte de evaluación del proyecto y precio que los consumidores están dispuestos a pagar por acceder al producto o servicio. El estudio de mercado permite generar un acercamiento técnico del negocio, el cual debe seguir las siguientes etapas (Moreno, 2016, p.105):

- Definición del producto.
- Análisis de la demanda y la oferta.
- Estudio de la demanda para el proyecto.
- Implementación de la estrategia y del plan comercial.

3.2.3.4. Proceso de Investigación de Mercados

Investigación Comercial

La American Marketing Association (A.M.A.) define la investigación comercial como “la obtención, clasificación y análisis de todos los hechos y datos acerca de los problemas relacionados con la transferencia y venta de mercancías y servicios de productos al consumidor” (Martínez, 2009, p.14).

Para el desarrollo de una investigación comercial pueden considerarse la siguiente propuesta metodológica en fases (Martínez, 2009, pp.15, 16):

- 1. Definición del problema:** El investigador identifica adecuadamente lo que pretende conocer, para de esta forma desarrollar un plan relacionado al objeto de su investigación.
- 2. Análisis de la situación actual:** Consiste en buscar toda la información documental disponible sobre el problema o que pueda aportar datos sobre él.

- 3. Investigación preliminar:** Está relacionado con la obtención de información de personas que puedan estar relacionadas con el problema de investigación.
- 4. Preparación y programación:** Se fijan objetivos y se establecen las técnicas a utilizar: encuesta, entrevista en profundidad, reunión en grupo (normalmente, entre 6 y 12 personas), panel de consumidores (muestra fija a la que se investiga periódicamente sobre un tema concreto para estudiar su evolución), estudio ómnibus (es una encuesta realizada para varios clientes al mismo tiempo), técnicas de observación (las personas investigadas no se dan cuenta de ello, con lo que no existen condicionantes) y técnicas de experimentación (reproducen situaciones reales para poder prever resultados, problemas, etc.). Posteriormente se debe establecer la muestra de investigación, dentro de la cual se establece el margen de error que tendrá la investigación. Finalmente se define el cuestionario, en caso de haber elegido como técnica la realización de una encuesta.
- 5. Desarrollo de la investigación:** Esta fase puede llamarse también “trabajo de campo”. Es la fase más importante de la investigación, pues de la veracidad de la información obtenida depende el éxito de la investigación. Después de la recolección de datos es necesario efectuar un control que permita descubrir errores antes de la tabulación de datos.

3.2.3.5. Factibilidad de las oportunidades de negocio

Se evaluará la factibilidad de la oportunidad de negocio “Elaboración de leche Pasteurizada”, considerando los siguientes procesos:

1. Pasteurización
2. Almacenamiento
3. Enfundado

La producción diaria de leche, por pequeño productor, es de aproximadamente 60 litros. Se podría considerar un emprendimiento asociativo, cuya inversión inicial sería mayor, pero los beneficios serían igualmente mejores; sin embargo, el análisis posterior se realizará en función de un emprendimiento familiar.

Inversión Inicial

Respecto al proceso de industrialización, se considerará la adquisición de los equipos o instrumentos detallados en el Anexo 7. La inversión calculada es de aproximadamente \$ 8.855,00.

Costos de producción

Se consideran los siguientes costos mínimos de producción:

Costo de producción por litro de leche	0,25
Funda plástica	0,05
Costos indirectos (luz, transporte)	0,05
Total	\$ 0,35

El costo de producción por litro de leche sería de \$0,35. A este valor, debería incrementarse el pago al préstamo o financiamiento inicial requerido para el emprendimiento.

Luego de analizar varios simuladores de crédito para emprendimientos productivos, se ha determinado que “Ban Ecuador” es la mejor opción para el financiamiento, respecto al monto necesario (en el Anexo 6 puede observarse en detalle la simulación del crédito). La máxima cuota a pagar es de \$ 193.61 a un plazo de 5 años, por lo cual debe considerarse incrementar alrededor de \$ 0,15 a cada litro de leche. Luego de pagado el crédito, este valor se añadiría a la utilidad por litro del producto.

Se considerará entonces un PVP de \$ 0,65 por litro de leche, a razón de una ganancia de \$ 0,15 por litro.

Análisis de Costos

A fin de analizar los costos y ganancias respecto a la realidad actual de los comercializadores de leche cruda, y los costos y ganancias respecto al desarrollo del emprendimiento de pasteurización de la leche, se ha desarrollado la siguiente tabla. Como puede observarse la utilidad mensual del emprendedor se duplica, luego de cancelado el préstamo de emprendimiento, ofreciendo un mejor producto al cliente y sin llegar al costo actual de la competencia (\$ 0,80 por litro de leche pasteurizada).

Tabla 14: Análisis de Costos – Situación Actual vs Oportunidad de Negocio

CRITERIO	VALOR	GANANCIA POR LITRO	GANANCIAS ESTIM. MES*
SITUACIÓN ACTUAL			
Costo de producción	0,25		
Precio de Venta leche cruda al por mayor (empresas)	0,35	0,10	\$ 144,00
Precio de Venta leche cruda al por menor (habitantes del sector)	0,40	0,15	\$ 216,00
OPORTUNIDAD DE NEGOCIO			
Costo de producción	0,35		
Costo de producción (incluido pago crédito)	0,50		
Precio de Venta leche pasteurizada al por menor (durante los primeros 5 años)	0,65	0,15	\$ 216,00
Precio de Venta leche pasteurizada al por menor (luego de cancelado el crédito)	0,65	0,30	\$ 432,00

* 24 días laborables al mes

Fuente: Observación e investigación de campo

Elaborado por: María José Tenemaza

En función a los resultados obtenidos, puede establecerse que el negocio es factible, desde el punto de vista técnico/económico.

Deberá considerarse la realización de un estudio de mercado, a fin de determinar si el precio planteado será aceptado por el público objetivo, a razón las características del producto a ofertarse.

CAPITULO III

4. METODOLOGÍA

4.1. Método

Método hipotético – deductivo: Se basará en una hipótesis inicial o idea a defender, a partir de la cual se planificarán y desarrollarán todos los procesos investigativos necesarios para llegar a conclusiones generales, mediante el análisis de hechos.

Analítico-Sintético: Se aplicará este método a fin de establecer relaciones de causa-efecto de los hechos observados.

Inductivo: Este método científico permitirá alcanzar las conclusiones generales del trabajo investigativo, en base al análisis de los hechos particulares.

Deductivo: Permitirá establecer relaciones entre el marco conceptual de referencia y las características observadas y documentadas, a fin de llegar a conclusiones lógicas.

4.2. Tipo de Investigación

De campo: La tesista deberá acudir al Cantón Alausí, ya que es el lugar donde se suscitan los fenómenos a investigar, para obtener la información necesaria.

Bibliográfica y documental: Se plantea la revisión de datos estadísticos relacionados a la población y empleo, además de otras fuentes de información, a fin de utilizarlos como base para el análisis técnico de factibilidad de las ideas de negocio.

4.3. Diseño de la Investigación

El presente proyecto investigativo tiene un diseño documental y de campo, dado que los datos se obtendrán de la observación y medición de los fenómenos a investigar, en un periodo específico de tiempo.

La información se obtendrá de fuentes primarias, es decir, de los hechos mismos de la realidad, utilizando para ello la encuesta y la observación directa. Requerirá además la revisión documental para establecer los fundamentos necesarios para el análisis técnico.

4.4. Población y Muestra

4.4.1. Población

Población encuestas

En la presente investigación se considerará como población de estudio, para la aplicación de encuestas, a todos los habitantes del cantón Alausí con una edad comprendida entre los 20 y 50 años. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí, actualizado al año 2015, este segmento de la población está compuesto por 13687 habitantes.

Población entrevistas

Se considerará además como población de estudio, para la realización de entrevistas, al personal que labora en la Unidad de Desarrollo Productivo del GAD Municipal de Alausí. En esta unidad laboran un total de 4 personas.

4.4.2. Muestra

Muestra encuestas

Aplicando la ecuación estadística para proporciones poblacionales, se obtienen los siguientes resultados:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Donde:

- Población (N): 13687
- Desviación estándar (σ): 0,5
- Nivel de confianza (Z): 95% correspondiente a 1,96
- Error muestral (e): 5% equivalente a 0,05

$$n = \frac{13687 * (0,5)^2 * (1,96)^2}{(13686) * (0,05)^2 + (0,5)^2 * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{13144,99}{34,22 + 0,96} = \frac{13144,99}{35,18}$$

$$n = 373,65 = 374$$

La muestra de investigación para la población de investigación es de 374 habitantes.

Muestra entrevistas

No se ve necesaria la cuantificación de la muestra, por cuanto la población de investigación es pequeña.

4.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.5.1. Técnicas

Entrevistas: Permiten la recopilación de información mediante la aplicación de un conjunto de preguntas pre-establecidas a manera de conversación (es decir, verbalmente).

Encuestas: Permiten la recopilación de información mediante la aplicación de un conjunto de preguntas pre-establecidas, a través de un medio físico (hoja o cuestionario).

Observación directa: Permite la caracterización de hechos mediante la observación directa de la realidad y la aplicación de la experiencia del investigador.

4.5.2. Instrumentos

Guía de Encuesta: Conjunto de preguntas diseñadas previamente para recabar información de cada una de las variables de investigación.

Guía de Observación Directa: Describe los objetivos y actividades generales que orientarán el proceso de observación.

4.6. Técnicas de procedimientos para el análisis

Para el análisis de los datos se utilizarán cuadros y gráficos estadísticos de la información obtenida a través de las diferentes técnicas e instrumentos.

Para el procesamiento de datos se utilizará Microsoft Office Excel, mediante el cual se llegará a establecer frecuencias y porcentajes exactos, como también gráficos y cuadros estadísticos.

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Resumen Investigación de Campo

5.1.1. Resultados Encuesta

A continuación se detallan los resultados de las encuestas aplicadas:

5.1.1.1. Análisis cuali-cuantitativo

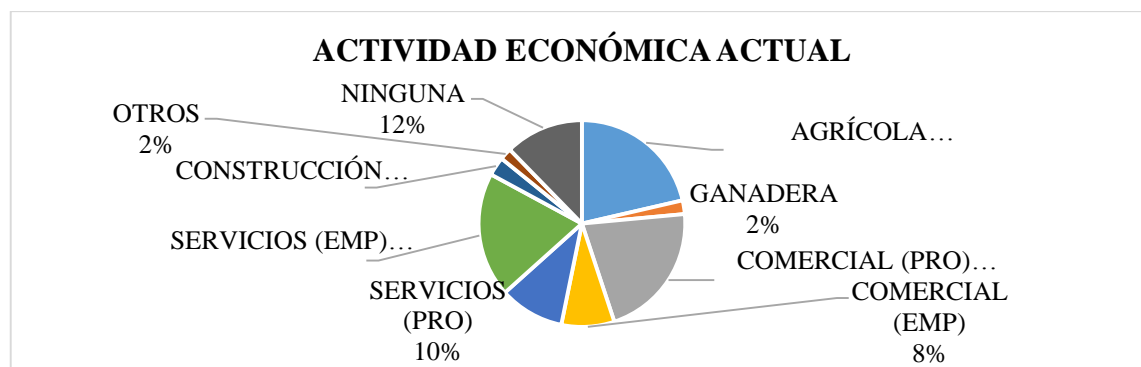
1. ¿Cuál es su actividad económica actual?

Tabla 15: Actividad Económica Actual

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
AGRÍCOLA	80	21,39%
GANADERA	8	2,14%
COMERCIAL (PRO)	80	21,39%
COMERCIAL (EMP)	31	8,29%
SERVICIOS (PRO)	38	10,16%
SERVICIOS (EMP)	73	19,52%
CONSTRUCCIÓN	11	2,94%
OTROS	7	1,87%
NINGUNA	46	12,30%
TOTAL	374	100,00%

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 1: Actividad Económica Actual



Fuente: Tabla 15
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: La mayoría de encuestados se dedican a actividades agrícolas 22%, comerciales (propietario) 21% o de servicios (empleados) 20%. Debido a mejoramiento que ha tenido el sector turístico de la región, una parte importante de la población se ha inclinado por las actividades comerciales. Por otra parte, hay un importante sector de la población que no desarrolla ninguna actividad, lo cual puede deberse a que existe un gran porcentaje de migrantes de la región que envían dinero a sus familiares. Los resultados de las siguientes preguntas proveerán entonces un amplio ámbito de análisis.

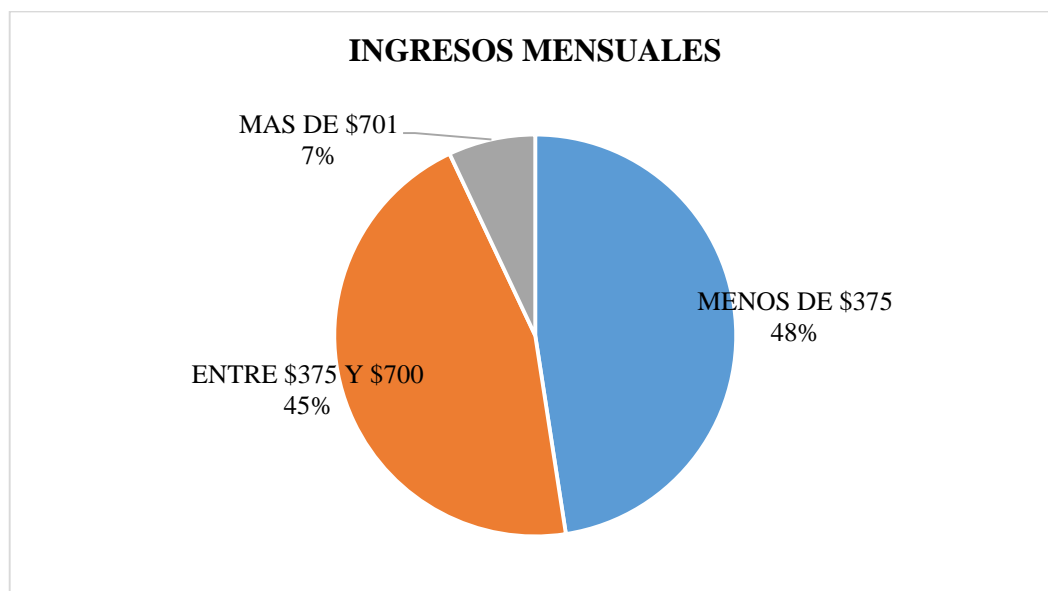
2. En base a esta actividad, cual es valor aproximado de sus ingresos mensuales?

Tabla 16: Ingresos Mensuales

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
MENOS DE \$375	156	47,56%
ENTRE \$375 Y \$700	149	45,43%
MÁS DE \$701	23	7,01%
TOTAL	328	100,00%

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 2: Ingresos Mensuales



Fuente: Tabla 16
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: A penas el 7% de los encuestados poseen ingresos superiores a la canasta básica. El 48% de la población reciben menos del salario mínimo, mientras que el 45% perciben ingresos entre \$375 y \$700.

El nivel económico de los encuestados es medio-bajo y bajo (pobreza), considerando que un porcentaje importante de ellos no alcanzan el salario mínimo vital. Un porcentaje mínimo de ellos genera ingresos suficientes para solventar sus necesidades básicas (canasta básica).

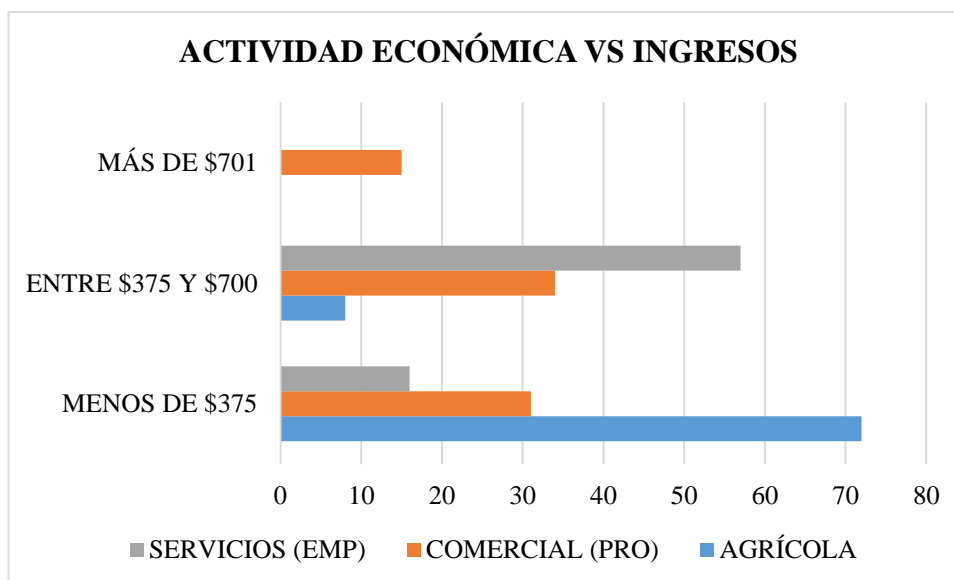
Se realizó un análisis de los ingresos mensuales respecto a las actividades económicas más frecuentes en la población de estudio (ver pregunta 1), a fin de establecer cuáles de estas actividades son las mejor y peor remuneradas, o las que generan mejores y peores ingresos.

Tabla 17: Actividad Económica VS Ingresos

INGRESOS ACTIVIDAD	MENOS DE \$375	ENTRE \$375 Y \$700	MÁS DE \$701
AGRÍCOLA	72	8	0
COMERCIAL (PRO)	31	34	15
SERVICIOS (EMP)	16	57	0
TOTAL	119	99	15

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 3: Actividad Económica VS Ingresos



Fuente: Tabla 17
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: Algunas personas cuya actividad económica es comercial (propietario de un negocio) poseen ingresos que superan los \$701; la mayoría reciben ingresos dentro de

los otras escalas de valoración. La mayoría de personas dedicadas a la actividad agrícola reciben ingresos por debajo del salario mínimo (\$375). La mayoría personas que laboran como empleados en empresas de servicios perciben ingresos entre \$375 y \$700. Cabe destacar que únicamente la actividad comercial (como propietario) genera ingresos mayores a la canasta básica.

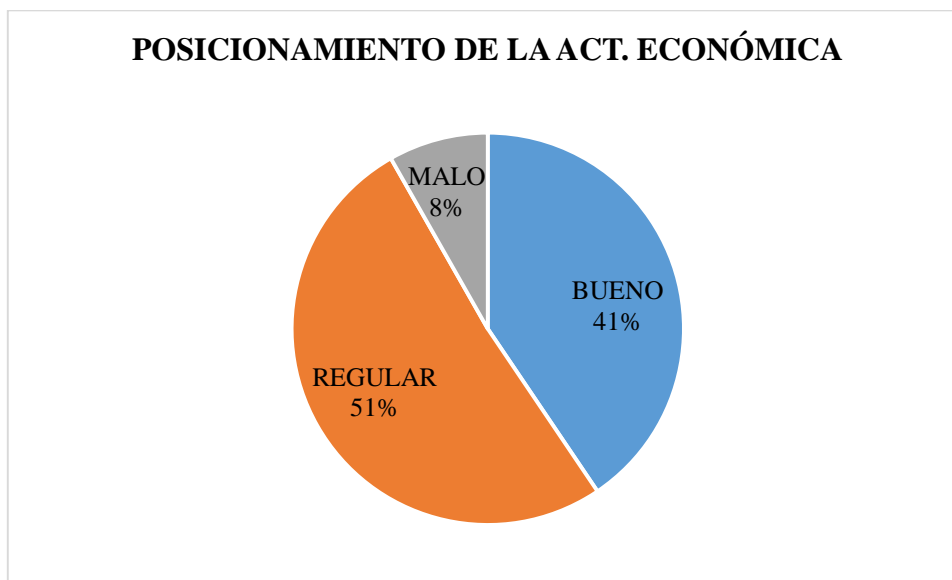
3. En relación a la competencia, considera ud. que el posicionamiento de su negocio o actividad económica es: Bueno, Regular o Malo.

Tabla 18: Posicionamiento de la actividad económica

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
BUENO	133	40,55%
REGULAR	168	51,22%
MALO	27	8,23%
TOTAL	328	100,00%

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 4: Posicionamiento de la actividad económica



Fuente: Tabla 18
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: La mayoría de los encuestados (51%) consideran que el posicionamiento de su actividad económica, respecto a la competencia, es “regular”. Esta respuesta denota una percepción pesimista del negocio en relación a años anteriores, cuyo nivel de

ingresos o acepción del mercado fue mejor. Existe sin embargo un importante porcentaje de encuestados (41%) que lo califican como “bueno”.

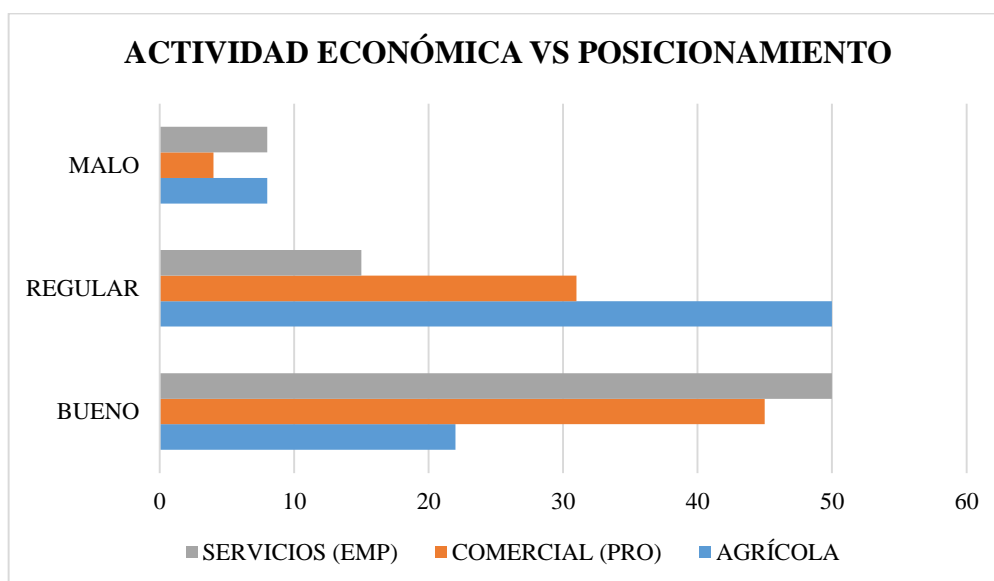
Se efectuó un análisis de posicionamiento de la actividad económica respecto a las actividades más frecuentes en la población de estudio (ver pregunta 1), a fin de identificar cual(es) es la actividad con mejor posicionamiento según la opinión de los encuestados.

Tabla 19: Actividad Económica VS Posicionamiento

ACTIVIDAD \ POSICIONAM.	BUENO	REGULAR	MALO
AGRÍCOLA	22	50	8
COMERCIAL (PRO)	45	31	4
SERVICIOS (EMP)	50	15	8
TOTAL	117	96	20

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 5: Actividad Económica VS Posicionamiento



Fuente: Tabla 19
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: Las personas que realizan actividades comerciales (propietarios) y de servicios (empleados) valoraron mayoritariamente como “bueno” el posicionamiento de su actividad económica. Aquellos dedicados a la actividad agrícola, en su mayoría, lo valoraron como “regular”.

Si analizamos estos resultados respecto a los ingresos percibidos, la valoración de posicionamiento es mejor cuanto mayor es el ingreso; en el caso de la actividad agrícola es regular, debido que el ingreso que perciben es bajo, mientras que en las otras actividades es “bueno” pues superan mayoritariamente el salario mínimo.

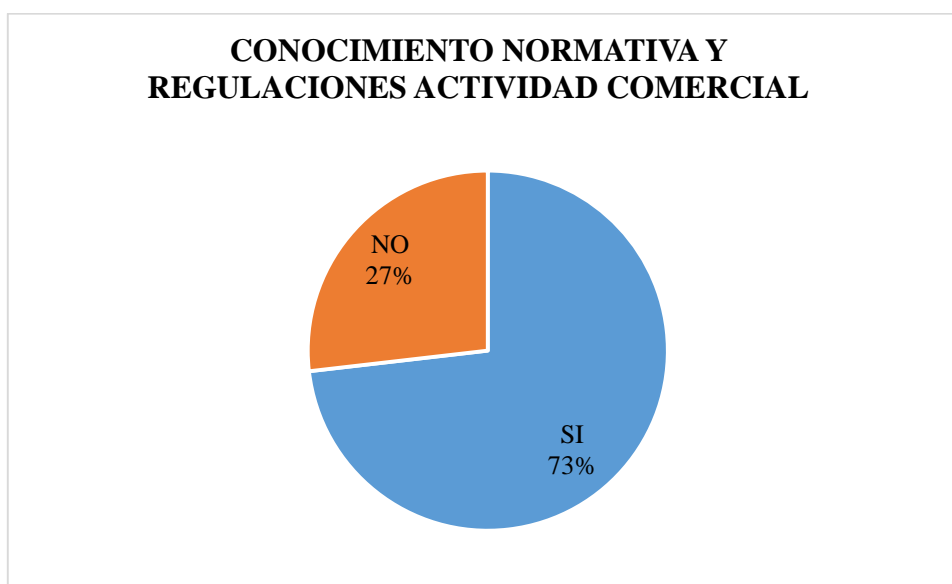
4. ¿Conoce ud. las normativas y regulaciones estatales relacionadas a su actividad comercial?

Tabla 20: Conocimiento normativa y regulaciones actividad comercial

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	240	73,17%
NO	88	26,83%
TOTAL	328	100,00%

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 6: Conocimiento normativa y regulaciones actividad comercial



Fuente: Tabla 20
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: La mayoría de encuestados si conocen las normativas y regulaciones de su actividad comercial; esto es importante, en función al cumplimiento de disposiciones y para evitar sanciones.

Se efectuó un análisis del conocimiento de las normativas y regulaciones respecto a las actividades más frecuentes en la población de estudio (ver pregunta 1), a fin de

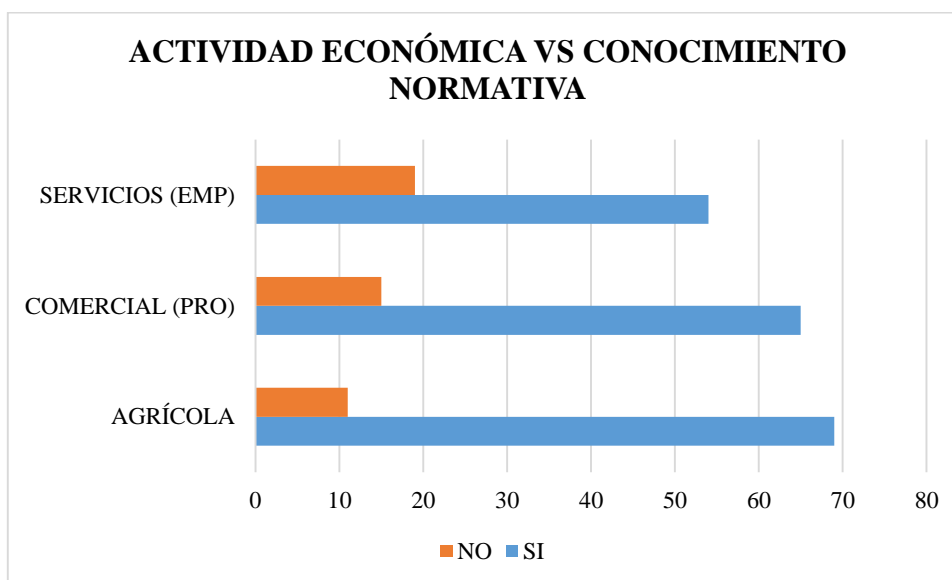
identificar cual(es) es la actividad económica en la que se desconocen las disposiciones estatales que la regulan.

Tabla 21: Actividad económica VS Conocimiento normativa

CONOC. NORM. ACTIVIDAD	SI	NO
AGRÍCOLA	69	11
COMERCIAL (PRO)	65	15
SERVICIOS (EMP)	54	19
TOTAL	188	45

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 7: Actividad económica VS Conocimiento normativa



Fuente: Tabla 21
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: El desconocimiento de las normativas y regulaciones estatales al desarrollo de actividades económicas es relativamente homogéneo en los grupos analizados. Se puede concluir entonces que no existe un factor social o educativo que lo limite o restrinja, sino que más bien que se relaciona a la capacitación personal o en el trabajo.

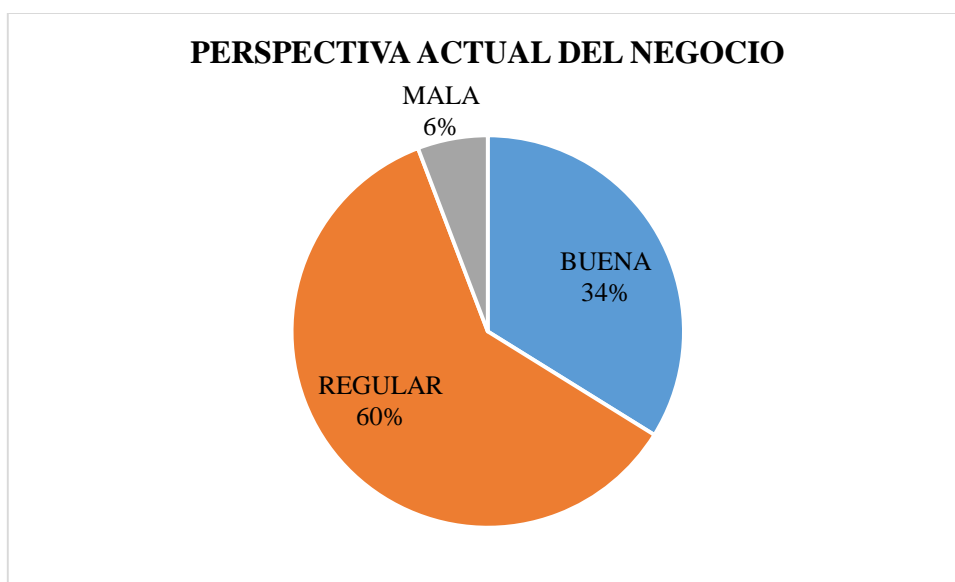
5. ¿Cuál es la perspectiva actual de su negocio?

Tabla 22: Perspectiva actual del negocio

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
BUENA	111	33,84%
REGULAR	198	60,37%
MALA	19	5,79%
TOTAL	328	100,00%

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 8: Perspectiva actual del negocio



Fuente: Tabla 22
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: La mayoría de encuestados consideran que la perspectiva actual de su negocio es “regular”; si lo comparamos con los datos obtenidos sobre la percepción de posicionamiento, se podría concluir que los encuestados consideran que la situación del mercado se mantendrá en el tiempo, y no mejorará o empeorará. Por otra parte, apenas un 6% de encuestados consideran que la situación a futuro es mala, y el 34% consideran que será buena.

Se efectuó un análisis de la perspectiva actual de negocio respecto a las actividades económicas más frecuentes en la población de estudio (ver pregunta 1), a fin de identificar cual(es) es la actividad económica en la que los encuestados consideran que el mercado no responderá favorablemente en el futuro.

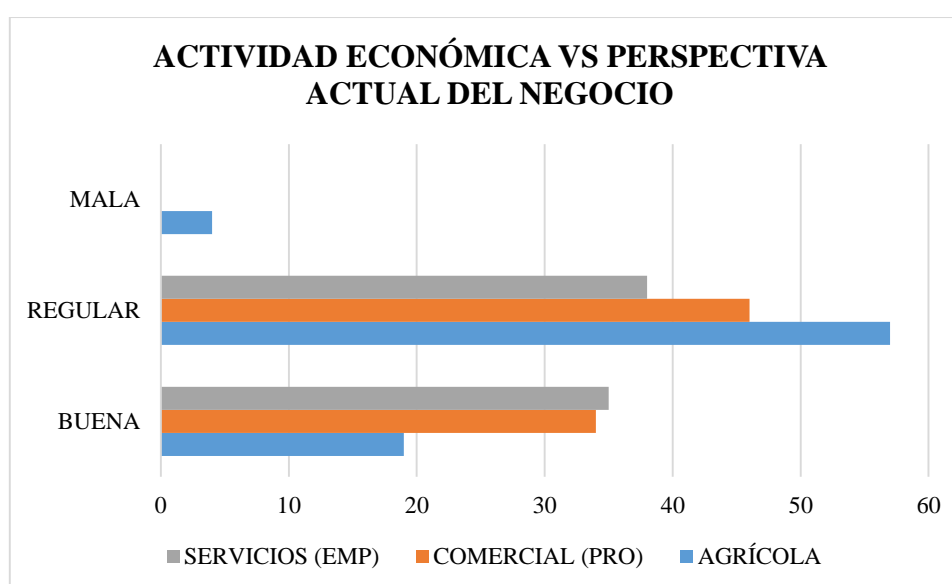
Tabla 23: Actividad económica VS Perspectiva actual del negocio

PERSPEC. NEGOCIO	BUENA	REGULAR	MALA
AGRÍCOLA	19	57	4
COMERCIAL (PRO)	34	46	0
SERVICIOS (EMP)	35	38	0
TOTAL	88	141	4

Fuente: Población del Cantón Alausí

Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 9: Actividad económica VS Perspectiva actual del negocio



Fuente: Tabla 23

Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: De los grupos analizados, solo aquellos que realizan actividad agrícola respondieron con una perspectiva de negocio “mala”, y en un número bastante reducido de personas; la mayoría se inclina a que la perspectiva de la actividad agrícola es “regular”. Como se analizó previamente, esto puede deberse a que el ingreso actual que perciben algunos encuestados por actividad agrícola es inferior a la canasta básica, y a la inestable situación económica y política del país.

En cuanto a la actividad comercial (propietario) y de servicios (empleado), éstas mantienen una proporcionalidad similar, inclinándose mayoritariamente por una perspectiva regular de negocio.

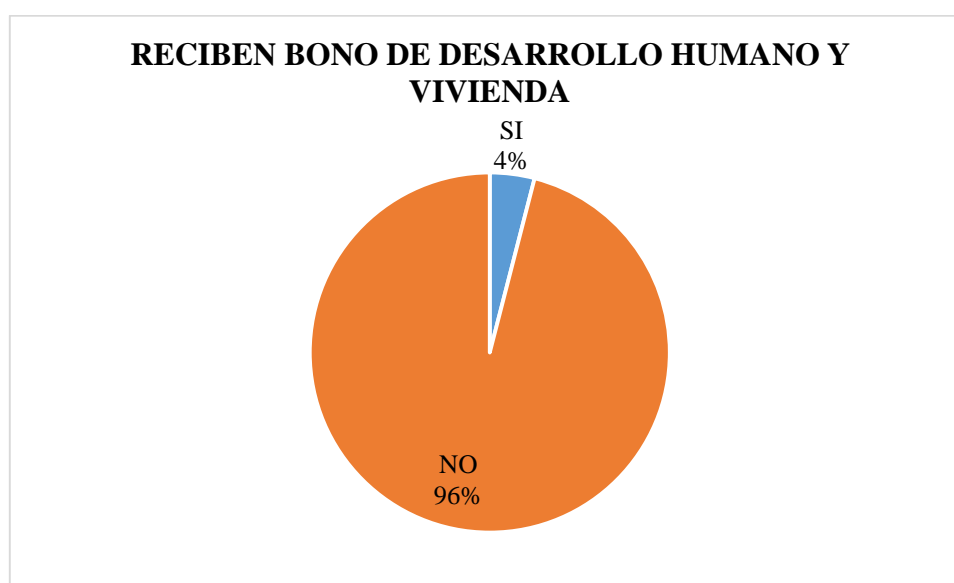
6. Recibe ud. el bono de desarrollo humano y vivienda?

Tabla 24: Reciben bono de desarrollo humano y vivienda

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	15	4,01%
NO	359	95,99%
TOTAL	374	100,00%

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 10: Reciben bono de desarrollo humano y vivienda



Fuente: Tabla 24
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: La mayoría de encuestados no reciben el bono de desarrollo humano y vivienda; apenas el 4% de los encuestados lo reciben actualmente.

Con la finalidad de identificar si aquellos que reciben el bono de desarrollo humano y vivienda realizan una actividad económica en particular, se ha cruzado la información de esta pregunta con las actividades económicas más frecuentes en la población de estudio (ver pregunta 1). Se espera, respecto a los datos previamente analizados, que correspondan al sector agrícola, considerando su nivel de ingresos y sus características sociales.

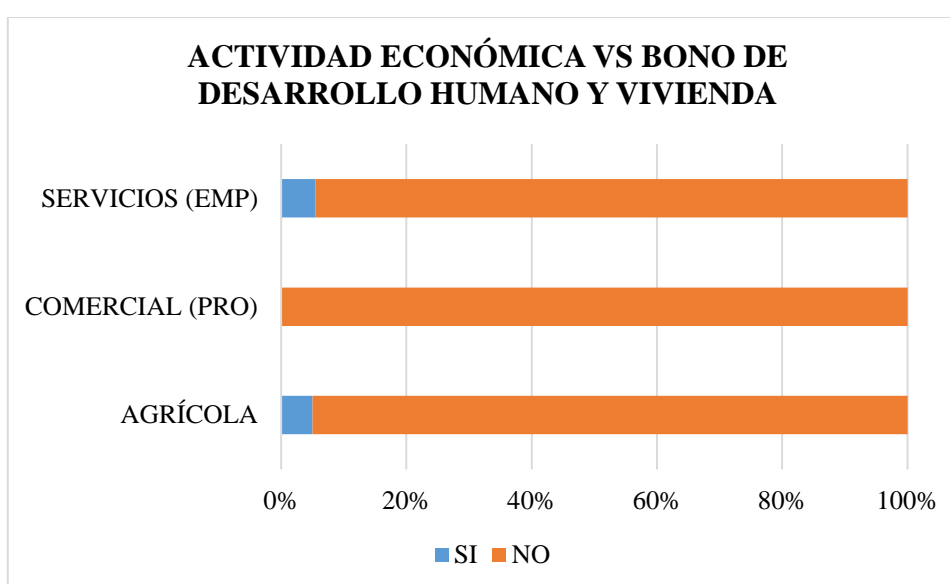
Tabla 25: Actividad económica VS Bono de desarrollo humano y vivienda

ACTIVIDAD	BONO DES. HUM. VIV.	
	SI	NO
AGRÍCOLA	4	76
COMERCIAL (PRO)	0	80
SERVICIOS (EMP)	4	69
TOTAL	8	225

Fuente: Población del Cantón Alausí

Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 11: Actividad económica VS Bono de desarrollo humano y vivienda



Fuente: Tabla 25

Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: Como puede observarse en el gráfico 10, tanto empleados del sector agrícola como de servicios (empleados) reciben el bono de desarrollo humano y vivienda, pero en porcentajes mínimos. Se esperaba que el porcentaje de personas que efectúan actividades agrícolas sea mayor, sin embargo, debe recordarse que existen personas laborando en el área de servicios (empleados) cuyos ingresos no superan el salario mínimo.

7. Posee ud. algún crédito solicitado para el desarrollo de su actividad comercial (en caso de tenerla)?

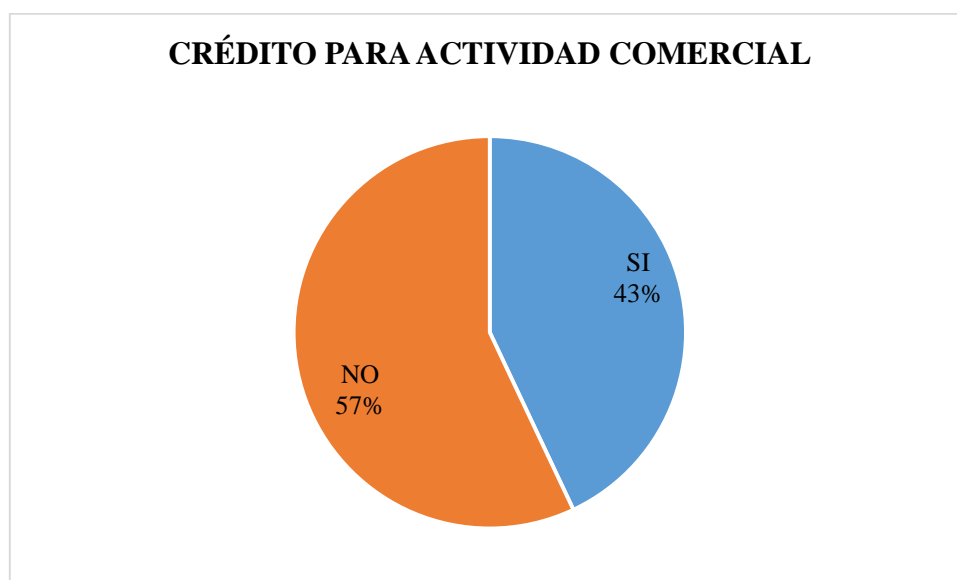
Tabla 26: Crédito para actividad comercial

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	141	42,99%
NO	187	57,01%
TOTAL	328	100,00%

Fuente: Población del Cantón Alausí

Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 12: Crédito para actividad comercial



Fuente: Tabla 26

Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: La mayoría de encuestados no poseen crédito alguno para el desarrollo de su actividad comercial. Cabe destacar que un porcentaje considerable (43%) si poseen dicho crédito. El que no hayan realizado un crédito para el desarrollo de su actividad comercial puede deberse a muchos factores, como por ejemplo: insuficientes garantías económicas, temor a la inversión, calificación negativa en entidades financieras (central de riesgos), entre otras.

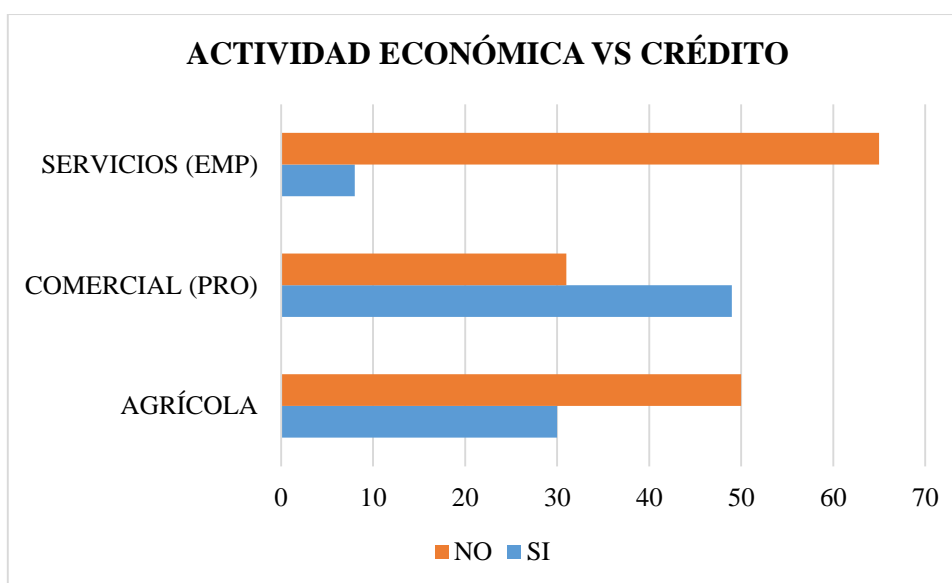
Con la finalidad de identificar hacia qué actividad(es) económica se han dirigido dichos créditos, se ha cruzado la información de esta pregunta con las actividad económicas más frecuentes en la población de estudio (ver pregunta 1).

Tabla 27: Actividad económica VS Crédito

ACTIVIDAD	CRÉDITO	
	SI	NO
AGRÍCOLA	30	50
COMERCIAL (PRO)	49	31
SERVICIOS (EMP)	8	65
TOTAL	87	146

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 13: Crédito para actividad comercial



Fuente: Tabla 27
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: Las actividades comercial (propietario) y agrícola son aquellas en las que la mayoría de encuestados han realizado créditos para el mejoramiento de su negocio; de ambos, la actividad comercial (propietario) tiene un mayor índice.

A pesar de contar con menores ingresos, y de no ser beneficiarios del bono de desarrollo humano y vivienda, los agricultores de la zona han solicitado y accedido a créditos en una relación de 1 a 2, respecto a los comerciantes. Esto puede deberse, en parte, a la apertura que existe en cooperativas de ahorro y crédito y otras instituciones financieras para apoyar a la inversión agrícola, a pesar del nivel económico bajo o medio-bajo en la que viven la mayoría de campesinos de la región.

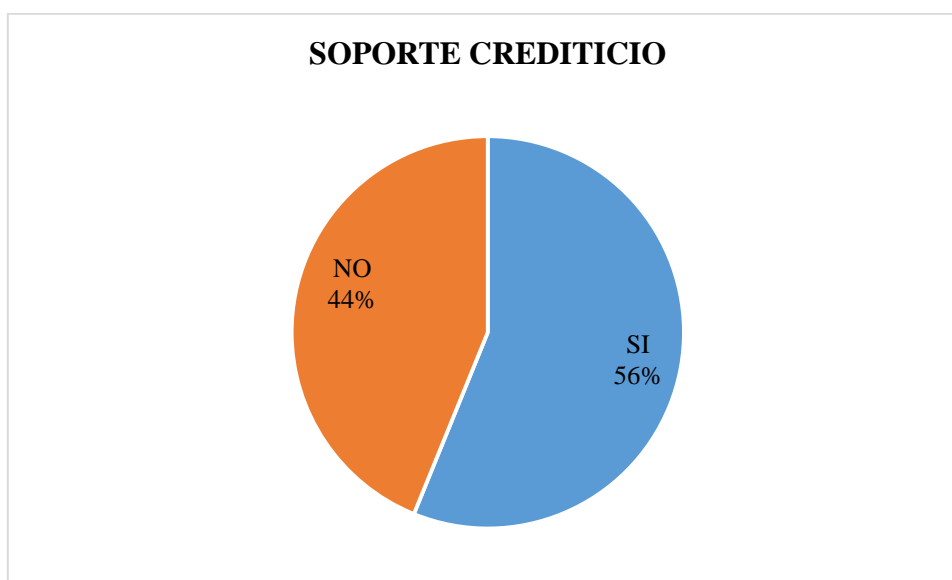
8. ¿Posee ud. bienes que pudiesen avalar un crédito en el sistema cooperativo o en las instituciones financieras del estado?

Tabla 28: Soporte Crediticio

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	210	56,15%
NO	164	43,85%
TOTAL	374	100,00%

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 14: Soporte Crediticio



Fuente: Tabla 28
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: El 56% de encuestados si poseen un soporte crediticio, sin embargo, existe un importante porcentaje de ellos que no poseen bienes para efectos de crédito en instituciones financieras. Este es un factor determinante al momento de considerar la implementación de un emprendimiento, ya que existe un alto porcentaje de personas que no podrían financiarlo, en caso de que la inversión inicial sea alta.

Es así que, para el planteamiento de potenciales emprendimientos en el cantón Alausí, deberán considerarse aquellos que no requieran una inversión inicial alta, a fin de que puedan ser aplicados por la mayoría de la población.

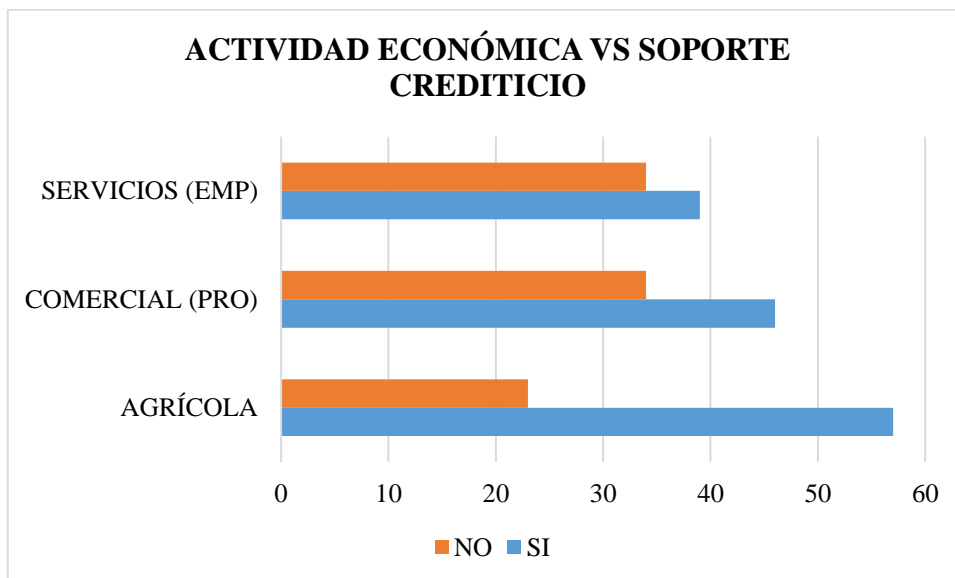
Si cruzamos las respuestas obtenidas en esta pregunta, con las actividades económicas más frecuentes en la población de estudio (ver pregunta 1), se podría establecer los grupos humanos a los cuales sí podrían plantearse emprendimientos de alta inversión.

Tabla 29: Actividad económica VS Soporte Crediticio

ACTIVIDAD \ SOPORTE CRED.	SI	NO
	AGRÍCOLA	57
COMERCIAL (PRO)	46	34
SERVICIOS (EMP)	39	34
TOTAL	142	91

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 15: Actividad económica VS Soporte Crediticio



Fuente: Tabla 29
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: Los trabajadores del sector agrícola poseen mayoritariamente soporte crediticio, respecto a los otros grupos. Los empleados del sector servicios (empleados) son aquellos que no poseen mayoritariamente soporte crediticio. La diferencia entre los grupos, sin embargo, no es amplia.

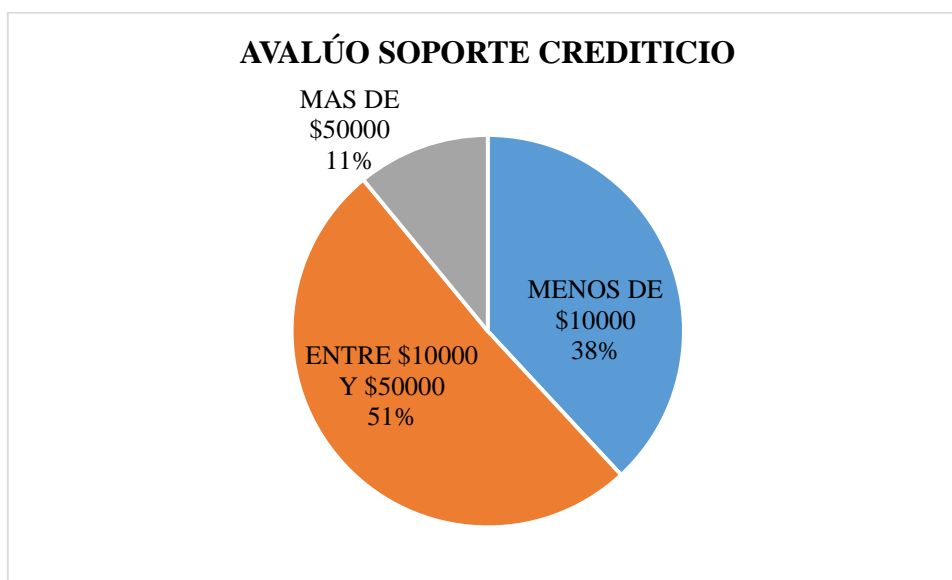
8.1. Si contestó si, aproximadamente en cuanto considera ud. que se encuentran avaladas?

Tabla 30: Avalúo Soporte Crediticio

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
MENOS DE \$10000	80	38,10%
ENTRE \$10000 Y \$50000	107	50,95%
MAS DE \$50000	23	10,95%
TOTAL	210	100,00%

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 16: Avalúo Soporte Crediticio



Fuente: Tabla 30
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: La mayoría de los encuestados que poseen soporte crediticio, poseen bienes avalados entre \$10000 y \$50000; un porcentaje importante tiene menos de \$10000. Este valor es importante de ser analizado, con la finalidad de analizar fuentes y rubros de financiamiento.

Cabe destacar que, en el sector agrícola, los bienes avalados son en mayoría relacionados a maquinaria agrícola y terrenos. En el sector comercial, se relacionan a los activos del negocio y bienes inmuebles.

9. ¿Considera ud. que posee conocimientos, habilidades y destrezas para emprender en un negocio propio?

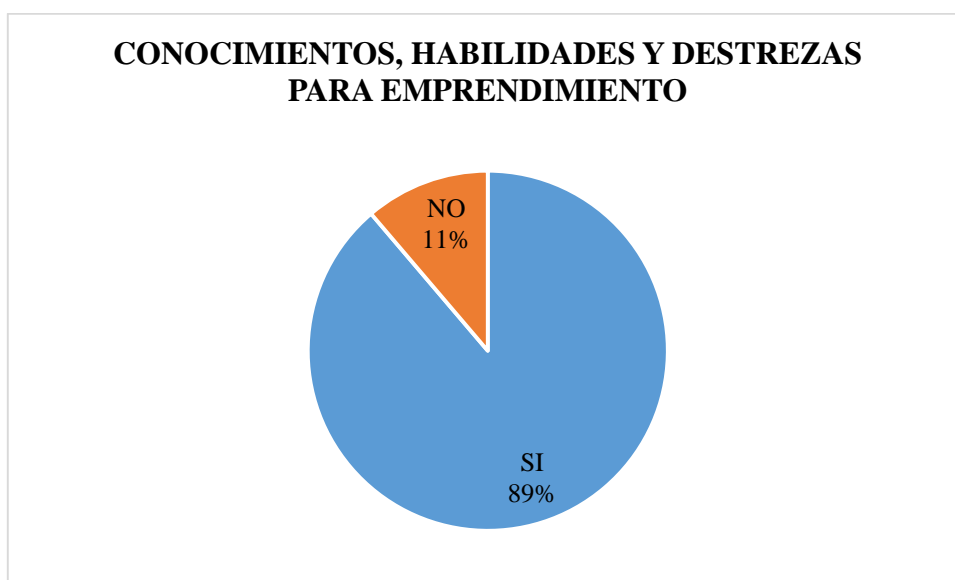
Tabla 31: Conocimientos, habilidades y destrezas para emprendimiento

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	332	88,77%
NO	42	11,23%
TOTAL	374	100,00%

Fuente: Población del Cantón Alausí

Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 17: Conocimientos, habilidades y destrezas para emprendimiento



Fuente: Tabla 31

Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: La mayoría de encuestados consideran que posee conocimientos, habilidades y destrezas para emprender en un negocio propio. Esto es altamente positivo para efectos del presente proyecto, ya que no será necesario considerar procesos de capacitación.

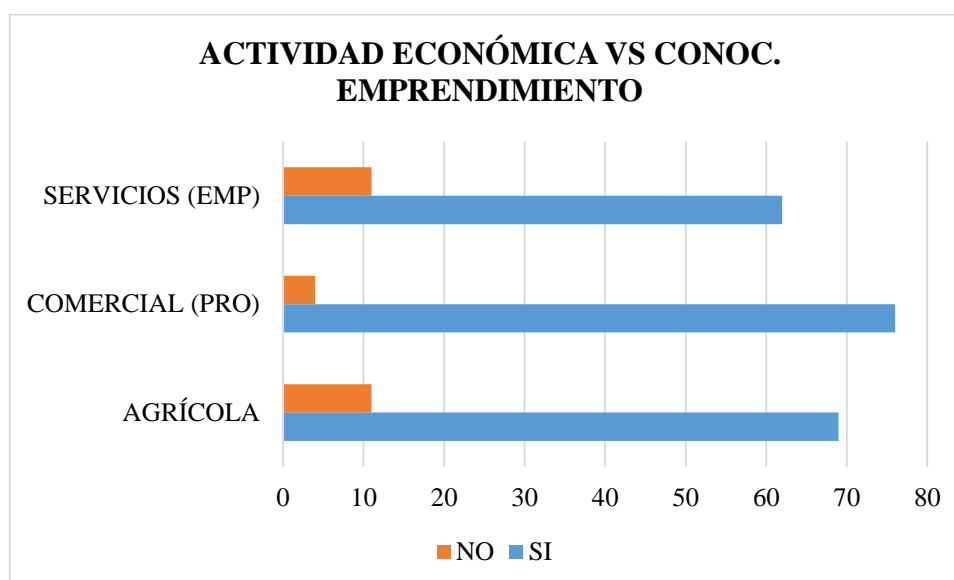
Se empatarán estos datos con los relacionados a las actividades económicas más frecuentes en la población de estudio (ver pregunta 1), a fin de establecer potenciales grupos en los cuales se requieran superior procesos de capacitación.

Tabla 32: Actividad económica VS Conocimientos, habilidades y destrezas para emprendimiento

CONOC. HAB. DES.	SI	NO
ACTIVIDAD		
AGRÍCOLA	69	11
COMERCIAL (PRO)	76	4
SERVICIOS (EMP)	62	11
TOTAL	207	26

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 18: Actividad económica VS Conocimientos, habilidades y destrezas para emprendimiento



Fuente: Tabla 32
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: Los grupos presentan estadísticas similares, siendo el comercial (propietario) el que posee un mayor porcentaje de personas con conocimientos, habilidades y destrezas para emprendimiento. Los trabajadores del sector agrícola se consideran más capacitados para el desarrollo de un emprendimiento que aquellos que trabajan en el sector de servicios (empleados), a pesar de la inherente diferencia educativa o formativa.

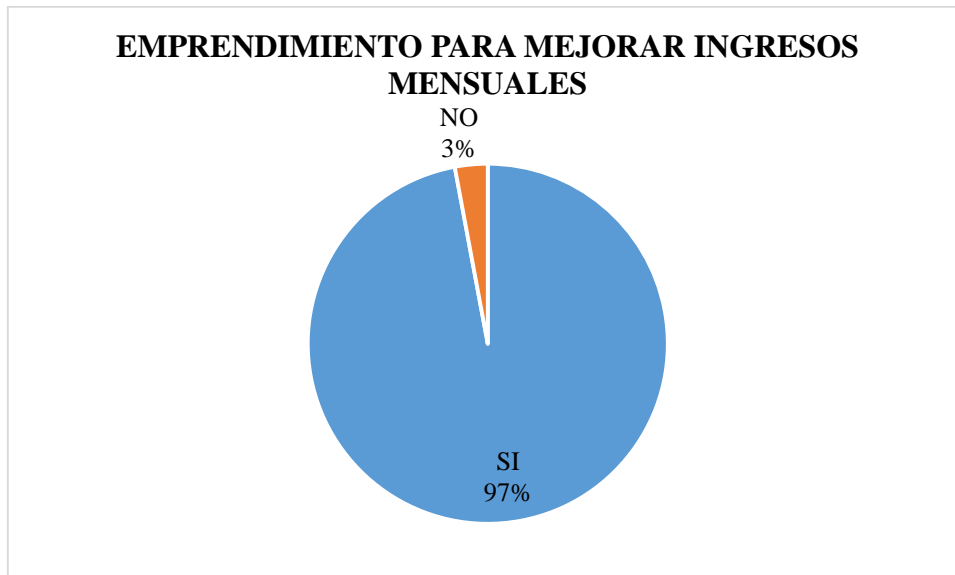
10. ¿Considera ud. que la creación de un emprendimiento propio, basado en estudios de mercado, le permitiría obtener mayores ingresos mensuales?

Tabla 33: Emprendimientos para mejorar ingresos mensuales

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	363	97,06%
NO	11	2,94%
TOTAL	374	100,00%

Fuente: Población del Cantón Alausí
Elaborado por: María José Tenemaza

Gráfico 19: Emprendimientos para mejorar ingresos mensuales



Fuente: Tabla 33
Elaborado por: María José Tenemaza

Análisis: La mayoría de encuestados consideran que la creación de un emprendimiento propio, basado en estudios de mercado, le permitiría obtener mayores ingresos mensuales. El porcentaje de opiniones negativas es depreciable.

5.1.1.2. Resumen

Actividades Económicas predominantes: En cuando a las actividades económicas con mayor presencia en el cantón Alausí, las actividades agrícolas 22%, comerciales (propietario) 21% o de servicios (empleados) 20% tienen un mayor predominio entre los encuestados.

Nivel de Ingresos: A penas el 7% de los encuestados poseen ingresos superiores a la canasta básica. El 48% de la población reciben menos del salario mínimo, mientras que el 45% perciben ingresos entre \$375 y \$700.

Algunas personas cuya actividad económica es comercial (propietario de un negocio) poseen ingresos que superan los \$701; los demás reciben ingresos dentro de las otras escalas de valoración. La mayoría de personas dedicadas a la actividad agrícola reciben ingresos por debajo del salario mínimo (\$375). La mayoría de personas que laboran como empleados en empresas de servicios perciben ingresos entre \$375 y \$700. Cabe destacar que únicamente la actividad comercial (como propietario) genera ingresos mayores a la canasta básica.

Posicionamiento de actividad económica: La mayoría de los encuestados (51%) consideran que el posicionamiento de su actividad económica, respecto a la competencia, es “regular”. Esta respuesta denota una percepción pesimista del negocio en relación a años anteriores, cuyo nivel de ingresos o aceptación del mercado fue mejor. Existe sin embargo un importante porcentaje de encuestados (41%) que lo califican como “bueno”.

Las personas que realizan actividades comerciales (propietarios) y de servicios (empleados) valoraron mayoritariamente como “bueno” el posicionamiento de su actividad económica. Aquellos dedicados a la actividad agrícola, en su mayoría, lo valoraron como “regular”.

Conocimiento de la normativa legal: La mayoría de encuestados si conocen las normativas y regulaciones de su actividad comercial. El desconocimiento de las normativas y regulaciones estatales al desarrollo de actividades económicas es relativamente homogéneo en los grupos analizados. Se puede concluir entonces que no existe un factor social o educativo que lo limite o restrinja, sino que más bien que se relaciona a la capacitación personal o en el trabajo.

Perspectiva actual del negocio: La mayoría de encuestados consideran que la perspectiva actual de su negocio es “regular”. Apenas un 6% de encuestados consideran que la situación a futuro es mala, y el 34% consideran que será buena.

De los grupos analizados, solo aquellos que realizan actividad agrícola respondieron con una perspectiva de negocio “mala”, y en un número bastante reducido de personas; la mayoría se inclina a que la perspectiva de la actividad agrícola es “regular”.

Bono de desarrollo humano y vivienda: La mayoría de encuestados no reciben el bono de desarrollo humano y vivienda; apenas el 4% de los encuestados lo reciben actualmente. Tanto empleados del sector agrícola como de servicios (empleados) reciben el bono de desarrollo humano y vivienda, pero en un porcentaje mínimo. Se esperaba que el porcentaje de personas que efectúan actividades agrícolas sea mayor, sin embargo, debe recordarse que existen personas laborando en el área de servicios (empleados) cuyos ingresos no superan el salario mínimo.

Créditos para actividad comercial: La mayoría de encuestados no poseen crédito alguno para el desarrollo de su actividad comercial. Cabe destacar que un porcentaje considerable (43%) si poseen dicho crédito. Las actividades comercial (propietario) y agrícola son aquellas en las que la mayoría de encuestados han realizado créditos para el mejoramiento de su negocio; de ambos, la actividad comercial (propietario) tiene un mayor índice. Los agricultores de la zona han solicitado y accedido a créditos en una relación de 1 a 2, respecto a los comerciantes.

Soporte crediticio: El 56% de encuestados si poseen un soporte crediticio. Los trabajadores del sector agrícola poseen mayoritariamente soporte crediticio, respecto a los otros grupos. Los empleados del sector servicios (empleados) son aquellos que no poseen mayoritariamente soporte crediticio.

La mayoría de los encuestados que poseen soporte crediticio, poseen bienes avalados entre \$10000 y \$50000; un porcentaje importante tiene menos de \$10000.

Conocimientos, habilidades y destrezas para los negocios: La mayoría de encuestados consideran que posee conocimientos, habilidades y destrezas para emprender en un negocio propio. Los grupos presentan estadísticas similares, siendo el comercial (propietario) el que posee un mayor porcentaje de personas con conocimientos, habilidades y destrezas para emprendimiento. Los trabajadores del sector agrícola se consideran más capacitados para el desarrollo de un emprendimiento que aquellos que trabajan en el sector de servicios (empleados), a pesar de la inherente diferencia educativa o formativa.

Desarrollo de emprendimientos: La mayoría de encuestados consideran que la creación de un emprendimiento propio, basado en estudios de mercado, le permitiría obtener mayores ingresos mensuales. El porcentaje de opiniones negativas es depreciable.

5.1.2. Resultados Entrevistas

A continuación se detallan los resultados de las entrevistas aplicadas:

5.1.2.1. Detalle de respuestas obtenidas

Tabla 34: Respuestas – entrevistas de investigación

PREG.	DESCRIPCIÓN PREGUNTAS	RESPUESTAS	
1	¿Considera ud. que las actividades económicas actuales de los habitantes de Alausí tienen el potencial de mejorar su calidad de vida al corto, mediano o largo plazo? ¿Por qué?	SI	Interés de los agricultores en el mejoramiento y adquisición de nuevas tecnologías de riego y cultivos
		NO	Situación Económica Actual
			Excesivos Impuestos
			Poca apertura al sector privado para que invierta en el país
2	¿Considera ud. que la población en general tiene las características necesarias para involucrarse en procesos de emprendimiento (a nivel educativo, económico, social)? ¿Por qué?	SI	A nivel educativo y social
		NO	Por el aspecto económico de su población
3	¿La industria agrícola, ganadera y comercial del sector ha mostrado cambios importantes en los últimos 10 años? ¿A qué se deben?	La industria agrícola no ha presentado cambios importantes por la migración de la gente a las ciudades	
		Debido a la caída del petróleo, la empresa pública está impulsando emprendimientos agropecuarios, mejorando e implementando nuevos sistemas de riego presurizado	
		El sector comercial ha crecido debido al turismo creciente hacia el cantón.	
		El sector ganadero ha presentado pequeños cambios, en función a la tecnificación e industrialización de ciertos procesos	
4	En su opinión, ¿Cuál es la tendencia laboral, económica o productiva de las nuevas generaciones del cantón Alausí?	Al turismo y comercio, pues los múltiples atractivos del cantón son poco aprovechados	
		Industria pecuaria, en cuanto a la producción de leche	
		Industria agrícola	
5	En su opinión ¿Cuáles son las actividades	Turismo /	Si, debido a la fuerte inversión realizada por el gobierno central para rescatar el

	comerciales o productivas más rentables del cantón? ¿Están siendo desarrolladas o aplicadas? ¿Por qué?	comercial	ferrocarril
		Pecuaria, Leche	Si, incluso ha desplazado a la actividad agrícola. Por la factibilidad económica y técnica

Fuente: Población del Cantón Alausí

Elaborado por: María José Tenemaza

5.1.2.2. Resumen

Potencial de las actividades económicas actuales para mejorar la calidad de vida de la población, a corto mediano y largo plazo:

- Si tienen el potencial, debido al interés los agricultores en el mejoramiento y adquisición de nuevas tecnologías de riego y cultivos
- No tienen el potencial, debido a la situación económica actual, excesivos impuestos, poca apertura de la inversión privada del país.

Características de la población para emprender en un negocio:

- La población si tiene el nivel educativo y social requerido para emprender en negocios.
- La población no posee el nivel económico requerido para emprender en negocios.

Evolución de la industria agrícola, ganadera y comercial en los últimos 10 años

- La industria agrícola no ha presentado cambios importantes por la migración de la gente a las ciudades
- Debido a la caída del petróleo, la empresa pública está impulsando emprendimientos agropecuarios, mejorando e implementando nuevos sistemas de riego presurizado
- El sector comercial ha crecido debido al turismo creciente hacia el cantón.
- El sector ganadero ha presentado pequeños cambios, en función a la tecnificación e industrialización de ciertos procesos

Tendencia laboral, económica o productiva de las nuevas generaciones:

- Al turismo y comercio, pues los múltiples atractivos del cantón son poco aprovechados
- Industria pecuaria, en cuanto a la producción de leche
- Industria agrícola

Actividades comerciales o productivas rentables:

- Turismo / comercial: Debido a la fuerte inversión realizada por el gobierno central para rescatar el ferrocarril.
- Pecuaria, Leche: Ha desplazado a la actividad agrícola, por la factibilidad económica y técnica.

5.2. Resumen Técnico de la Investigación

Considerando el nivel educativo bajo de la población, su baja capacidad de endeudamiento y la actual demanda del mercado, se estableció como oportunidad de negocio la pasteurización de leche (actividad familiar no asociativa).

La inversión inicial requerida es de \$8.855,00; para lo cual se sugiere aplicar a crédito productivo con BanEcuador por 5 años plazo, a fin de pagar \$ 193,61 mensuales.

El costo de producción por litro de leche sería de \$0,35, y el PVP de \$0,65. Para la determinación del precio se ha agregado el valor de \$ 0,15 del pago del préstamo, y una utilidad por litro de leche de \$ 0,15. Esta utilidad se mantendría durante los 5 primeros años, luego se duplicaría a \$ 0,30 lo cual proveería de un ingreso económico promedio de \$432,00 al mes.

5.3. Discusión de Resultados

. Un resumen de dichos resultados se describe a continuación:

- La mayoría de encuestados se dedican a actividades agrícolas, son propietarios de locales comerciales o son empleados de empresas de servicios.
- El nivel económico de los encuestados es medio-bajo y bajo, considerando que un porcentaje importante de ellos no alcanzan el salario mínimo vital. Un pequeño porcentaje genera ingresos suficientes para solventar sus necesidades básicas (canasta básica), siendo la actividad comercial (propietario) la mejor remunerada, dentro del grupo de análisis.
- Las personas que realizan actividades comerciales (propietarios) y de servicios (empleados) valoraron mayoritariamente como “bueno” el posicionamiento de su actividad económica. Aquellos dedicados a la actividad agrícola, en su mayoría, lo valoraron como “regular”.

- La mayoría de encuestados conocen las normativas y regulaciones de su actividad económica.
- Los encuestados consideran que la situación del mercado se mantendrá en el tiempo, y no mejorará o empeorará.
- La mayoría de encuestados no reciben el bono de desarrollo humano y vivienda; una cantidad mínima de empleados del sector agrícola y de servicios (empleados) lo reciben.
- La mayoría de encuestados no poseen crédito alguno para el desarrollo de su actividad económica. De aquellos que sí poseen crédito, se destacan aquellos que laboran en las actividades comercial (propietario) y agrícola.
- La mayoría de encuestados si poseen un soporte crediticio; sin embargo existe un porcentaje considerable de personas que no podrían financiar un emprendimiento que requiera una inversión inicial alta. Los trabajadores del sector agrícola poseen, en su mayoría, soporte crediticio.
- La mayoría de los encuestados que poseen soporte crediticio, poseen bienes avalados entre \$10000 y \$50000.
- La mayoría de encuestados consideran que posee conocimientos, habilidades y destrezas para emprender en un negocio propio.
- La mayoría de encuestados consideran que la creación de un emprendimiento propio, basado en estudios de mercado, les permitiría obtener mayores ingresos mensuales.

Además, se realizó una entrevista a varios funcionarios de la Unidad de Desarrollo Productivo del GAD Municipal, cuyos resultados se describen en el Anexo IV. Se destacan los siguientes datos:

- Debido a la caída del petróleo, la empresa pública está impulsando emprendimientos agropecuarios: mejorando e implementando nuevos sistemas de riego presurizado.
- Los agricultores han adquirido y mejorado las tecnologías de riego y cultivo, lo cual se orienta positivamente a mejorar su calidad de vida.
- El sector comercial ha crecido notablemente, debido al turismo creciente hacia el cantón.

- La tendencia laboral del sector según algunos entrevistados se orienta, a futuro, al turismo y comercio, debido a los múltiples atractivos del cantón aún no explotados. Para otros, es la producción de leche (industria pecuaria), considerando su factibilidad económica y técnica, así como a la tecnificación e industrialización actual de ciertos procesos.
- Dentro de las actividades más rentables, según los entrevistados, se encuentran el turismo y comercio; esto debido a la fuerte inversión realizada por el gobierno central para rescatar el ferrocarril y para promocionar ciertos atractivos turísticos del cantón.
- Los limitantes actuales para el desarrollo de emprendimientos, son: la situación económica de su población y la excesiva carga tributaria.

CAPITULO IV

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- La situación económica actual de la población del cantón Alausí es medio-baja y baja, considerando que apenas el 7% de los encuestados poseen ingresos superiores a la canasta básica, el 48% reciben menos del salario mínimo y el 45% perciben ingresos entre \$375 y \$700. La actividad comercial es la que mejores ingresos provee en la región; sin embargo, un importante sector de la población desarrolla actividades agrícolas, a pesar de que los ingresos obtenidos no les permiten ni siquiera satisfacer sus necesidades básicas. La mayor dificultad que tiene la población para que existan más y mejores oportunidades de negocio es su nivel educacional. El mejoramiento de su formación académica abrirá mayores oportunidades a las futuras generaciones de emprendedores de la localidad.
- Se identificaron varias oportunidades de negocio para el cantón Alausí, sin embargo, factores como el nivel económico y educacional de la población, así como la potencial demanda de mercado, permitió establecer a la “pasteurización de leche” como la oportunidad de negocio más factible para los pobladores del cantón. La inversión inicial requerida sería de aproximadamente \$8.855,00, valor que podría ser solventado mediante financiamiento público o privado, considerando que el 56% de la población investigada si poseen un soporte crediticio adecuado. La implementación de la idea de negocio permitirá duplicar los ingresos que hoy perciben los vendedores informales de leche cruda del cantón, mejorando la calidad de su producto, a un precio competitivo.
- El presente informe de proyecto de titulación contiene una descripción técnica de la investigación, misma que fue entregada a la municipalidad del cantón Alausí a fin de que sea publicada mediante medios públicos oficiales. Además, se mantendrá en la biblioteca digital de la Universidad Nacional de Chimborazo, para futuras consultas y referencias.

6.2. Recomendaciones

- Las políticas públicas deberían enfocarse a apoyar las actividades agrícolas de la región, a fin de mejorar los ingresos económicos y la calidad de vida de los agricultores. La inversión de la empresa privada podría además mejorar los niveles de producción agrícola y su calidad, mediante procesos de tecnificación avanzados, que les permitan incursionar en mercados internacionales.
- Se recomienda realizar un estudio de mercado, a fin de establecer técnicamente la potencial demanda del producto, con las características planteadas. El gobierno nacional debe promover proyectos que mejoren el nivel educacional de la población rural, ya que éste afecta preponderantemente en la incursión de su población en proyectos comerciales o industriales.
- La aplicación del presente proyecto, como una inversión de carácter asociativo, permitiría a varias familias incursionar en un emprendimiento con mejor proyección técnica y económica, considerando que se invertiría un mayor capital y se incrementaría la producción estimada.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Calvopiña, & Pazmiño V., M. (2016). *Alternativas de emprendimientos de los migrantes retornados para el desarrollo de PYMES Turísticas en el cantón Alausí*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/1906>
- Calvopiña & Yamasqui C., I. (2016). *Alternativas de emprendimientos de los migrantes retornados para el desarrollo de PYMES Turísticas en el cantón Chunchi*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/1663>
- Canal, N. (2014). Técnicas de muestreo. Sesgos más frecuentes. *SEDEN*, 122,126.
- Carriel, M. (2014). *La misteriosa foto de Alfaro y el ferrocarril más difícil del mundo*. Obtenido de http://www.ecuadoracolores.com/ed2014_sep/pages/nac04.html
- David, S. (12 de Octubre de 2011). *Alausí Localización del Cantón.JPG*. Obtenido de <https://goo.gl/images/uRgWb7>
- ESPAE. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2015*. Obtenido de [www.espae.espol.edu.ec](http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/GemEcuador2015.pdf)
<http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/GemEcuador2015.pdf>
- GADM Alausí. (2003). *Ruta patrimonial del Centro Histórico de Alausí*. Obtenido de [www.alausi.gob.ec](http://www.alausi.gob.ec/index.php/turismo/guias-turisticas/rutas-turisticas/130-ruta-patrimonial-del-centro-historico-de-alausi): <http://www.alausi.gob.ec/index.php/turismo/guias-turisticas/rutas-turisticas/130-ruta-patrimonial-del-centro-historico-de-alausi>
- GADPCH. (2016). *Cantón Alausí*. Obtenido de <http://www.chimborazo.gob.ec/chimborazo/?p=343>
- Herrera, Á. (2001). *Alausí Retrato Histórico de un Pueblo*. . Alausí: Municipio de San Pedro de Alausí, Instituto de Investigación Histórica y Cultura Popular “Nuevo Alausí” - INIHI-CP.
- López, J., & López B., L. (2012). *Investigación de mercados turísticos*. Madrid: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.
- Martínez C., R. D. (2009). *Investigación comercial: técnicas e instrumentos*. Madrid: Editorial Tébar Flores.
- Moreno C., T. F. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago de Chile: RIL editores.
- Naranjo V., M. (2004). *La Cultura Popular en el Ecuador (Vol. Tomo X)*. Cuenca: CIDAP. doi:9978-85-012-0
- Palacios A., L. C. (2012). *Estrategias de creación empresarial*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Pinos E., C. (9 de Febrero de 2013). *Alausí: historia, tradiciones y carnavales*. Obtenido de <http://proyectoclubesdecomunicacion.blogspot.com/2013/02/alausi-historia-tradiciones-y-carnavales.html>
- Ramos, M. J. (12 de Agosto de 2011). *Alausí Rincon Turístico*. Obtenido de <http://majoisrasol.blogspot.com/>
- Sistema Nacional de Información. (2014). *Ficha de Cifras Generales INEC 2010 - Cantón Alausí*. Obtenido de app.sni.gob.ec: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0602_ALAUSI_CHIMBORAZO.pdf
- ViajandoX Consultores. (2016). *Historia de Alausí*. Obtenido de <http://www.ec.viajandox.com/alausi/historia-de-alausi-PVC104>
- Viviana, H. (2010). *Propuesta Estratégica para la Implementación del Turismo Comunitario en la Parroquia Alausí (Comunidad de Nizag), Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo*. Obtenido de Dspace UTE: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13318/1/42007_1.pdf

8. ANEXOS

Anexo 1: Información General del Cantón Alausí

Reseña Histórica

LOS ABORÍGENES

Se cree, de manera generalizada, que los primeros habitantes que poblaron esta zona fueron los Jíbaros, Cayapas y Colorados. Gracias a la mezcla de estas etnias se formó un solo grupo étnico de la hoya. (Herrera R., 2001) manifiesta que:

Parece que numerosos grupos de jíbaros, provenientes del Oriente y siguiendo el curso del Pastaza y sus afluentes, como el Chambo, fueron los primeros pobladores de la provincia de Chimborazo, pues el gran número de vocablos y nominaciones de lugares y antropónimos, por encima de otros idiomas “hace suponer que los jíbaros ocuparon primitivamente el territorio, a los cuales siguieron después los colorados y otros grupos étnicos, pues aún el mismo lenguaje Puruhá está formado a base del jíbaro y el colorado. (p.10)

Sin embargo, existen otras teorías en las que se afirma que sus primeros habitantes recibieron influencias de las culturas de la Costa.

El área de la sierra sur andina empieza a poblarse ya bien entrado el período formativo. Estos primeros habitantes, considerados como la cultura Alausí o Narrío, recibieron innegables influencias de la cultura Chorrera, las mismas que se pueden verificar en las técnicas de agricultura utilizadas en sectores como Alausí, Cashaloma, Narrío y Azogues (Naranjo, 2004, p. 54).

También se afirma que estos territorios fueron habitados por los Lausies y Tiquizambis. Los primeros, de raza Cañari y por consiguiente de origen MAYA, y los segundos de raza Puruhá. La fusión de estos dos grupos dio lugar al nuevo tipo racial (ViajandoX Consultores, 2016).

Como se supondría, el origen etimológico del nombre del cantón también tiene varias interpretaciones. “Muchos topónimos de la hoya del Chanchán pueden ser traducidos del chimú, (...) Alausí se traduce de este idioma: ad = hermoso o alak = cacique, siam = vivir; que se interpreta como *casa de gran estima y querida*” (Herrera R., 2001, p.11).

Para otros, el nombre Alausí proviene de la lengua Mochicán en la cual LEOSI (o ALAUSI) tiene dos raíces, leo = culebra, y si = luna, es decir, que *tiene la capacidad de dioses* (ViajandoX Consultores, 2016).

PERÍODOS DE DESARROLLO

En el *período formativo* se asientan los primeros ayllus por las cualidades favorables del sector, los cuales se dedicaban a la caza y agricultura. Al final de este período, numerosos ayllus se habían extendido por toda la hoya, los cuales tenían rivalidades y peleaban entre ellos. Como consecuencia, los grupos fuertes absorbieron a los débiles, quedando bajo el mando de un único cacique. Durante el *período de desarrollo regional*, los núcleos humanos que son más extensos mejoran su organización social y política. Los pueblos aborígenes se asientan alrededor de lugares estratégicos, procurando su seguridad. Finalmente, en el *período de integración*, los pueblos de la región se unifican, formando naciones o señoríos (Herrera, 2001, p. 30).

EL REINO DE QUITO

Estuvo conformada por una confederación de tribus los cuales, en su organización política, mantuvieron estados independientes gobernados por un cacique. Dentro de esta confederación se mantuvo el cacicazgo de Lausí que comprendía las tribus de los Achupallas, Chanchanes, Sibambis, Tungas, Guasuntos, Piñancayes, y Pumallactas. El cacicazgo de Tiquizambis fue más pequeño, abarcaba los Quismias, Moyocanchas, Jubales y Zula. Se regían por los astros y tenían ceremonias dedicadas al culto de diferentes divinidades. Creían en los hechiceros y agoreros, enterraban a sus muertos principales en hoyos cavados en la tierra, acompañándolos de sus armas y alimentos. (Herrera, 2001, p. 31)

INVASIÓN INCAICA

Cuando se suscita la conquista sureña de Tupac-Yupanqui, ofrecen una gran resistencia a la invasión. Se movilizaron desde las alturas de Achupallas y Pumallacta, bajo el liderazgo del cacique Lausí Chahuancallo. Cuando Atahualpa (heredero del Reino de Quito) emprendió la guerra contra Huáscar, hubo entre su ejército un distinguido guerrero, el general Socta-Urco (seis ceros), Cacique Tiquizambi, que en compañía de

Quisquis y Calicuchima avanzan derrotando a su enemigo, hasta culminar con la batalla de Quipaypan (ViajandoX Consultores, 2016).

CONQUISTA

Luego de sufrir la invasión incaica, llegan los españoles al territorio ecuatoriano comandados por Benalcázar. Siendo perseguidos por el ejército de Rumiñahui, huyen a las tierras de los Lausíes y fundan la ciudad española de San Pedro de Alausí. Posteriormente esta fundación fue legalizada por el mismo Benalcázar con el nombre de Asiento de Alausí, el 29 de junio de 1534. (Herrera, 2001, p. 31)

LA COLONIA

Durante los tres siglos que duró la época colonial Alausí prosperó enormemente, al poseer dos templos y fábricas imponentes para la época. Sin embargo, este progreso se vería truncado con el terremoto de 1699. Durante esta época además florecieron la agricultura (con cereales traídos de España) y la ganadería gracias a su clima favorable. (Herrera, 2001, p. 31)

Al crearse la Gobernación de Quito Alausí para formar parte de ella, junto con otros cantones. Alausí contaba con un Teniente de Corregidor que pertenecía al Corregimiento de Cuenca, la cual comprendía las siguientes poblaciones: Tixán, Guasuntos, Pumallacta, Achupallas, Chunchi y Sibambe. (ViajandoX Consultores, 2016)

INDEPENDENCIA

El 11 de noviembre de 1811 Alausí fue elevada a Corregimiento. Gracias a los esfuerzos independentistas, el 13 de noviembre de 1820 a las 12:30 de la noche Alausí proclamó su Libertad Política, nombrando como su Corregidor al Capitán José Antonio Pontón. (Herrera, 2001, p. 31)

CANTONIZACIÓN DE ALAUSÍ

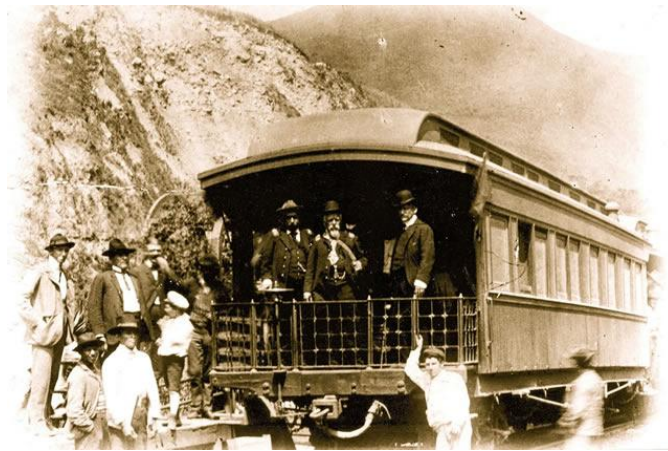
El 25 de junio de 1824, de acuerdo con la Ley de División Territorial de la Gran Colombia, se proclama la cantonización de Alausí, siendo éste uno de cantones más

antiguos del Ecuador. En ese entonces los Cantones de la Provincia de Chimborazo fueron: Riobamba, Ambato, Guano, Guaranda, Alausí y Macas. (Herrera, 2001, p. 31)

REPÚBLICA

El General Alfaro, durante su mandato como presidente del Ecuador, construyó el Ferrocarril de Guayaquil a Quito, el cual llegó a la población de Alausí en el año de 1902. Gracias a esta obra, dicho cantón volvió a surgir al progreso. (Herrera, 2001, p. 32)

Figura 9: Eloy Alfaro y el Ferrocarril



Fuente: (Carriel, 2014)

Localización y División Territorial

El cantón Alausí se encuentra ubicado en el Sur de la provincia de Chimborazo, a 84 km de Riobamba y a 2.374 metros sobre el nivel del mar, en un pequeño valle al pie del cerro Gampala. Con un clima de 15°, su relieve irregular brinda una gama infinita de paisajes y climas. (GADPCH, 2016)

Alausí está conformado por 8 parroquias rurales: Achupallas, Guasuntos, Huigra, Multitud, Pistishi, Pumallacta, Sevilla, Sibambe, Tixan y actualmente Totoras (GADPCH, 2016).

Los límites políticos del cantón Alausí son (GADPCH, 2016):

- **Norte:** Cantones Pallatanga y Guamote (El Nudo de Tío Cajas)

- **Sur:** Cantón Chunchi y Provincias de Cañar y Azuay (el Nudo de Azuay)
- **Este:** Provincia de Morona Santiago (Macas y Sevilla de Oro)
- **Oeste:** Cantón Cumandá y Provincia de Bolívar (Llanuras de la Costa)

Figura 10: Localización del cantón Alausí



Fuente: (David, 2011)

Alausí es un cantón ubicado casi a la mitad del camino entre Cuenca y Riobamba. Es un paso hacia la costa bajando por la ruta que marca el río del mismo nombre, que más abajo se llamará Chanchán, luego de unirse con el Guasuntos y otros. El río Chanchán recibe las aguas de los ríos Sibambe, Lauma, Blanco y Angas, uniéndose después con el Chimbo para formar el Yaguachi, que desemboca en el río Guayas y concluye su tránsito en el Océano Pacífico. El Chanchán a lo largo de la historia ha causado verdaderos estragos y más notorios en el tiempo de la construcción del ferrocarril a partir de 1900. (Pinos, 2013)

Cultura y Tradición

Las fiestas de San Pedro de Alausí son una tradición que viene desde la época española, la cual conserva algunos rasgos como danzas, música, folklore, pelea de gallos y corrida

de toros. Estas fiestas son una mezcla de lo hispano con lo nativo. Las principales festividades se celebran desde finales de junio y duran dos semanas. (Pinos, 2013)

Alausí es por excelencia un pueblo de faenas taurinas. En las fiestas cívicas y religiosas la gente de las haciendas sale a demostrar su arriesgada y espectacular afición. (Pinos, 2013) . El primer toro de la tarde es adornado en su lomo con una colcha bordada y pintada a mano, el cual será el trofeo para el que logre su mejor lance con capotes, pañuelos, sombreros o camisas. Lo toman por el rabo o por los cuernos y el animal enfurecido enviste al que aparece, mientras es acosado por cuadrillas de toreros. El último toro del día, al cual llaman “el toro de la oración”, es el “toro de los cobardes”, porque sacan lances envalentonados por el trago que han tomado. (Pinos, 2013)

En cuanto a lo religioso la construcción de su Iglesia Matriz, que es el templo más importante del cantón, se realizó con piedras extraídas de las minas de Chiripungo, situadas a dos kilómetros de la ciudad. En lo que se refiere a nombres, santos y preferencias, San Pedro es el patrono principal y la Virgen del Rosario es secundaria. (Pinos, 2013)

Alausí fue declarado como Patrimonio Cultural del Ecuador en 2004 por la UNESCO y es considerado uno de los centros coloniales más relevantes de la provincia. Según el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, la ciudad de Alausí tiene repartido el patrimonio arquitectónico en todo su territorio, característica que se recalca debido a que otras ciudades solo lo poseen en el centro histórico. Como principales atractivos patrimoniales y culturales, se encuentran (GADM Alausí, 2003):

- Centro Histórico de Alausí, donde se destaca la belleza arquitectónica de sus casas. Tiene 200 viviendas, de las cuales la mayoría fue construida en el siglo XIX.
- El Mirador de Llugshy, en donde se encuentra el monumento del Santo Patrono San Pedro de Alausí, edificación construida de 114 mil piezas de cerámica con una altura de 21 metros.
- El parque y monumento a Eloy Alfaro quien fue el precursor de la línea férrea.
- La Calle Larga, la cual aún conserva sus estrechas y empedradas calles con sus pintorescas fachadas. Sus moradores suelen relatar a los turistas asombrosos leyendas sobre la calle de las brujas.

- El majestuoso reloj público fabricado por la Compañía BOKENEM, del cual existen apenas 4 réplicas ubicadas en Checoslovaquia, Argentina, Alemania y Ecuador.
- La Catedral del cantón Alausí, con estilo Romano, Gótico y corintio fue construida en el siglo XVIII con piedras que fueron extraídas de las minas del cerro Chiripungo.
- El Puente Negro, considerado una obra maestra, es el puente más largo de la línea férrea con 200 metros de largo y 65 de altura.
- La estación del tren, que es el lugar donde se dio la transformación del cantón ya que se incrementó el comercio con su llegada en 1903, ubicada en las calles Eloy Alfaro y Sucre, en donde puede adquirir los tiquetes para realizar el tour hacia la Nariz del Diablo.

Este cantón es el principio y paso de múltiples destinos y objetivos turísticos, entre los cuales se pueden destacar (Pinos, 2013) (Ramos, 2011):

- **La efigie de San Pedro:** La enorme efigie de San Pedro, patrono y “poseedor de las llaves del cielo”, construida en el 2001 por Eddie Crespo, domina el panorama visto desde todo lado.
- **El “suicidio” de los Cuvivís en Ozogche:** Entre agosto y septiembre, las lagunas de ese lugar pasan por un fenómeno raro, cuando miles de cuvivís (pertenecientes a la familia *Bartrania Longicauda*), que son aves migratorias provenientes de EEUU y Canadá, extrañamente se zambullen en las aguas y encuentran su propia muerte, lo que parece ser un suicidio. Los estudiosos atribuyen el fenómeno a la fatiga del largo viaje de las aves, las cuales caen en picada para beber agua, pero la baja temperatura del líquido al parecer les causa la muerte inmediata.
- **Fiestas de San Pedro:** En estas festividades tiene lugar el ya tradicional Desfile de la Alegría, en la cual destacan los danzantes vestidos con trajes típicos. En el área gastronómica se ofertan el tradicional chanco horneado, el aguardiente y las sangrías. Las corridas de toros toman un papel preponderante en las fiestas, siendo una de sus principales atracciones. En las vísperas la gente concurre al parque Simón Bolívar en donde se inicia una fiesta de luz y calor denominada “Noche del castillo”, en donde se quema el castillo con figuras especiales que representan lo auténtico de este pueblo. El último sábado de junio, la reina del cantón hace su

entrada a la plaza montada en un hermoso corcel, recibe las llaves de la ciudad y la banda, mientras se entona música alegre y los asistentes acompañan con “oles”.

- **Gruta de la Virgen de Lourdes:** Se encuentra en la parroquia Huigra, el cual es uno de los principales atractivos de dicha parroquia. Está ubicada en la falda de la montaña, llena de jardines y escalinatas.
- **La Nariz del Diablo:** La ruta de tren Nariz del Diablo es una travesía en la cual los pasajeros pueden disfrutar hermosos paisajes y conocer a los habitantes del sector, los cuales están dispuestos a compartir su folclore y cultura con el viajero. Es un lugar de alto atractivo turístico debido a que para llegar debía emplearse lo que se denominaba antiguamente "el ferrocarril más difícil del mundo”.

Anexo 2: Guion de Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN

La presente encuesta tiene por objetivo analizar la situación actual de la población del cantón Alausí, respecto a sus actividades económicas. Los resultados obtenidos servirán de insumo para el desarrollo del proyecto titulado “ESTUDIO DE OPORTUNIDADES Y PERSPECTIVAS DE EMPRENDIMIENTO EN EL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERIODO 2015-2016”.

Información general del encuestado

Nombres: _____

Apellidos: _____

Género: Femenino Masculino

Edad: _____ años

VARIABLE DEPENDIENTE

1. ¿Cuál es su actividad económica actual?

- Agrícola Ganadera
 Comercial (propietario) Comercial (empleado)
 Servicios (propietario) Servicios (empleado)
 Construcción
 Otros, especifique: _____
 Ninguna

2. En base a esta actividad, cual es valor aproximado de sus ingresos mensuales?

- Menos de \$ 375 (salario mínimo)
 Entre \$375 y \$700
 Más de \$701 (canasta básica)

3. En relación a la competencia, considera ud. que el posicionamiento de su negocio o actividad económica es:

- Bueno, los clientes muestran preferencia por mis servicios
- Regular, mis servicios son solicitados regularmente.
- Malo, la competencia está mejor posicionada que mi negocio

4. ¿Conoce ud. las normativas y regulaciones estatales relacionadas a su actividad comercial?

- Si No

5. ¿Cuál es la perspectiva actual de su negocio?

- Buena, por el crecimiento de la demanda
- Regular, pues no han existido cambios en el mercado
- Mala, debido al decrecimiento de la demanda

VARIABLE INDEPENDIENTE

6. Recibe ud. el bono de desarrollo humano y vivienda?

- Si No

7. Posee ud. algún crédito solicitado para el desarrollo de su actividad comercial (en caso de tenerla)?

- Si No

8. ¿Posee ud. bienes que pudiesen avalar un crédito en el sistema cooperativo o en las instituciones financieras del estado?

- Si No

Si contestó si, aproximadamente en cuanto considera ud. que se encuentran avaladas?

- Menos de \$ 10.000 Entre \$ 10.000 y \$ 50.000 Más de \$50.000

9. ¿Considera ud. que posee conocimientos, habilidades y destrezas para emprender en un negocio propio?

- Si No

10. ¿Considera ud. que la creación de un emprendimiento propio, basado en estudios de mercado, le permitiría obtener mayores ingresos mensuales?

- Si No

Gracias por su colaboración

Anexo 3: Guion de Entrevista

GUIÓN DE ENTREVISTA

1. ¿Considera ud. que las actividades económicas actuales de los habitantes de Alausí tienen el potencial de mejorar su calidad de vida al corto, mediano o largo plazo? ¿Por qué?
2. ¿Considera ud. que la población en general tiene las características necesarias para involucrarse en procesos de emprendimiento (a nivel educativo, económico, social)? ¿Por qué?
3. ¿La industria agrícola, ganadera y comercial del sector ha mostrado cambios importantes en los últimos 10 años? ¿A qué se deben?
4. En su opinión, ¿Cuál es la tendencial laboral, económica o productiva de las nuevas generaciones del cantón Alausí?
5. En su opinión ¿Cuáles son las actividades comerciales o productivas más rentables del cantón? ¿Están siendo desarrolladas o aplicadas? ¿Por qué?

Anexo 4: Crédito para emprendimiento productivo – Simulación de crédito



Preparado para:

Datos del calculo de crédito

Tipo de Crédito: Emprendimiento

Destino: Activo Fijo / Produccion

Forma de Pago: Mensual

Tasa: 11.26 %

Tasa Efectiva: 11.86 %

Monto Deseado: \$ 8,855.00

Plazo: 5 años

Sistema de Amortización: Couta fija

Fecha de emisión: 17/09/2017

NOTA: "Recuerda, esta información es una simulación de crédito, para que te familiarices con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito"

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	\$ 8,855.00	\$ 112.20	\$ 79.09	\$ 2.32	\$ 193.61
2	\$ 8,742.80	\$ 113.20	\$ 78.08	\$ 2.29	\$ 193.58
3	\$ 8,629.60	\$ 114.21	\$ 77.07	\$ 2.26	\$ 193.55
4	\$ 8,515.39	\$ 115.23	\$ 76.05	\$ 2.23	\$ 193.52
5	\$ 8,400.16	\$ 116.26	\$ 75.02	\$ 2.20	\$ 193.49
6	\$ 8,283.90	\$ 117.30	\$ 73.99	\$ 2.17	\$ 193.46
7	\$ 8,166.60	\$ 118.35	\$ 72.94	\$ 2.14	\$ 193.43
8	\$ 8,048.26	\$ 119.40	\$ 71.88	\$ 2.11	\$ 193.40
9	\$ 7,928.85	\$ 120.47	\$ 70.81	\$ 2.08	\$ 193.36
10	\$ 7,808.38	\$ 121.55	\$ 69.74	\$ 2.05	\$ 193.33
11	\$ 7,686.84	\$ 122.63	\$ 68.65	\$ 2.02	\$ 193.30
12	\$ 7,564.21	\$ 123.73	\$ 67.56	\$ 1.98	\$ 193.27
13	\$ 7,440.48	\$ 124.83	\$ 66.45	\$ 1.95	\$ 193.24
14	\$ 7,315.65	\$ 125.95	\$ 65.34	\$ 1.92	\$ 193.20
15	\$ 7,189.71	\$ 127.07	\$ 64.21	\$ 1.89	\$ 193.17
16	\$ 7,062.63	\$ 128.21	\$ 63.08	\$ 1.85	\$ 193.14
17	\$ 6,934.43	\$ 129.35	\$ 61.93	\$ 1.82	\$ 193.10
18	\$ 6,805.08	\$ 130.51	\$ 60.78	\$ 1.79	\$ 193.07
19	\$ 6,674.57	\$ 131.67	\$ 59.61	\$ 1.75	\$ 193.04
20	\$ 6,542.90	\$ 132.85	\$ 58.44	\$ 1.72	\$ 193.00
21	\$ 6,410.05	\$ 134.03	\$ 57.25	\$ 1.68	\$ 192.97
22	\$ 6,276.02	\$ 135.23	\$ 56.05	\$ 1.65	\$ 192.93
23	\$ 6,140.79	\$ 136.44	\$ 54.85	\$ 1.61	\$ 192.90
24	\$ 6,004.35	\$ 137.66	\$ 53.63	\$ 1.58	\$ 192.86
25	\$ 5,866.69	\$ 138.89	\$ 52.40	\$ 1.54	\$ 192.82




26	\$ 5,727.80	\$ 140.13	\$ 51.16	\$ 1.50	\$ 192.79
27	\$ 5,587.68	\$ 141.38	\$ 49.91	\$ 1.47	\$ 192.75
28	\$ 5,446.30	\$ 142.64	\$ 48.64	\$ 1.43	\$ 192.71
29	\$ 5,303.66	\$ 143.92	\$ 47.37	\$ 1.39	\$ 192.68
30	\$ 5,159.74	\$ 145.20	\$ 46.08	\$ 1.35	\$ 192.64
31	\$ 5,014.54	\$ 146.50	\$ 44.79	\$ 1.32	\$ 192.60
32	\$ 4,868.04	\$ 147.81	\$ 43.48	\$ 1.28	\$ 192.56
33	\$ 4,720.23	\$ 149.13	\$ 42.16	\$ 1.24	\$ 192.52
34	\$ 4,571.11	\$ 150.46	\$ 40.83	\$ 1.20	\$ 192.48
35	\$ 4,420.65	\$ 151.80	\$ 39.48	\$ 1.16	\$ 192.44
36	\$ 4,268.85	\$ 153.16	\$ 38.13	\$ 1.12	\$ 192.40
37	\$ 4,115.69	\$ 154.53	\$ 36.76	\$ 1.08	\$ 192.36
38	\$ 3,961.16	\$ 155.91	\$ 35.38	\$ 1.04	\$ 192.32
39	\$ 3,805.26	\$ 157.30	\$ 33.99	\$ 1.00	\$ 192.28
40	\$ 3,647.96	\$ 158.70	\$ 32.58	\$ 0.96	\$ 192.24
41	\$ 3,489.26	\$ 160.12	\$ 31.16	\$ 0.92	\$ 192.20
42	\$ 3,329.14	\$ 161.55	\$ 29.73	\$ 0.87	\$ 192.16
43	\$ 3,167.59	\$ 162.99	\$ 28.29	\$ 0.83	\$ 192.12
44	\$ 3,004.59	\$ 164.45	\$ 26.83	\$ 0.79	\$ 192.07
45	\$ 2,840.14	\$ 165.92	\$ 25.37	\$ 0.75	\$ 192.03
46	\$ 2,674.22	\$ 167.40	\$ 23.88	\$ 0.70	\$ 191.99
47	\$ 2,506.83	\$ 168.89	\$ 22.39	\$ 0.66	\$ 191.94
48	\$ 2,337.93	\$ 170.40	\$ 20.88	\$ 0.61	\$ 191.90
49	\$ 2,167.53	\$ 171.93	\$ 19.36	\$ 0.57	\$ 191.85
50	\$ 1,995.60	\$ 173.46	\$ 17.82	\$ 0.52	\$ 191.81
51	\$ 1,822.14	\$ 175.01	\$ 16.27	\$ 0.48	\$ 191.76
52	\$ 1,647.13	\$ 176.57	\$ 14.71	\$ 0.43	\$ 191.72
53	\$ 1,470.56	\$ 178.15	\$ 13.13	\$ 0.39	\$ 191.67
54	\$ 1,292.41	\$ 179.74	\$ 11.54	\$ 0.34	\$ 191.62
55	\$ 1,112.67	\$ 181.35	\$ 9.94	\$ 0.29	\$ 191.58
56	\$ 931.32	\$ 182.97	\$ 8.32	\$ 0.24	\$ 191.53
57	\$ 748.35	\$ 184.60	\$ 6.68	\$ 0.20	\$ 191.48
58	\$ 563.75	\$ 186.25	\$ 5.04	\$ 0.15	\$ 191.43

Matriz Quevedo: Av. 7 de Octubre
entre la calle Cuarta y Quinta N° 216
Telf.: (593) 5 750 449
Sucursal mayor Quito: Antonio Ante
Oe 1-15 y Av. 10 de Agosto
Telf.: (593) 2 294 6500
Ecuador

www.banecuador.fin.ec

Anexo 5: Equipos mínimos para proceso de industrialización

Tabla 35: Equipos mínimos para proceso de industrialización

EQUIPO	PRECIO	CARACTERÍSTICAS
<p>1 Pasteurizadora Finamac PP60</p> 	<p>\$ 8.500,00</p>	<p>60 litros de capacidad Calienta hasta 75°C Enfriamiento a 4°C</p>
<p>3 Tanques recolectores de leche (bidón) Boralsan Sukampo</p> 	<p>\$ 330,00 (\$110,00 c/u)</p>	<p>20 litros de capacidad Tapa en acero inoxidable AIS 304 Hermética Lámina de 1mm de espesor</p>
<p>1 Selladora de fundas plásticas</p> 	<p>\$25,00</p>	<p>Hasta 30cm de sellado 3mm zona de sellado Sellado rápido (1 seg) Fundas finas o gruesas</p>
<p>TOTAL</p>	<p>\$ 8.855,00</p>	

Fuente: Observación e investigación de campo

Elaborado por: María José Tenemaza

Anexo 6: Formato Plan de Negocios

Un plan de negocios es un documento que describe un proyecto o idea de negocio, a fin de analizarla y examinar su factibilidad técnica, económica, social y medioambiental. Se detallan además los procedimientos y estrategias que permitirán que la idea de negocios se cristalice.

La importancia de elaborar un plan de negocios frente a una idea o emprendimiento comercial radica en la especificación de parámetros técnicos y económicos y su análisis por parte del proyectista o de futuros inversionistas, así como para su presentación en entidades financieras o de financiamiento.

Considerando que el objetivo principal del presente proyecto de titulación es el estudio de oportunidades de negocio para el cantón Alausí, se plantea el siguiente formato de plan de negocios con la finalidad de que este sea considerando por emprendedores del sector.

IDEA DE NEGOCIO

FORMATO DE REGISTRO

a. Oportunidad de negocio o iniciativa identificada

b. Características generales del producto (mencione la innovación)

c. Objetivos del negocio (sociales, económicos, ambientales)

ANÁLISIS DE MERCADO

d. Segmento de mercado o público objetivo (a quién va dirigido?)

e. Ventaja competitiva

ESTRATEGIAS DE MERCADEO

f. Describa las estrategias de mercadeo correspondientes a cada área:

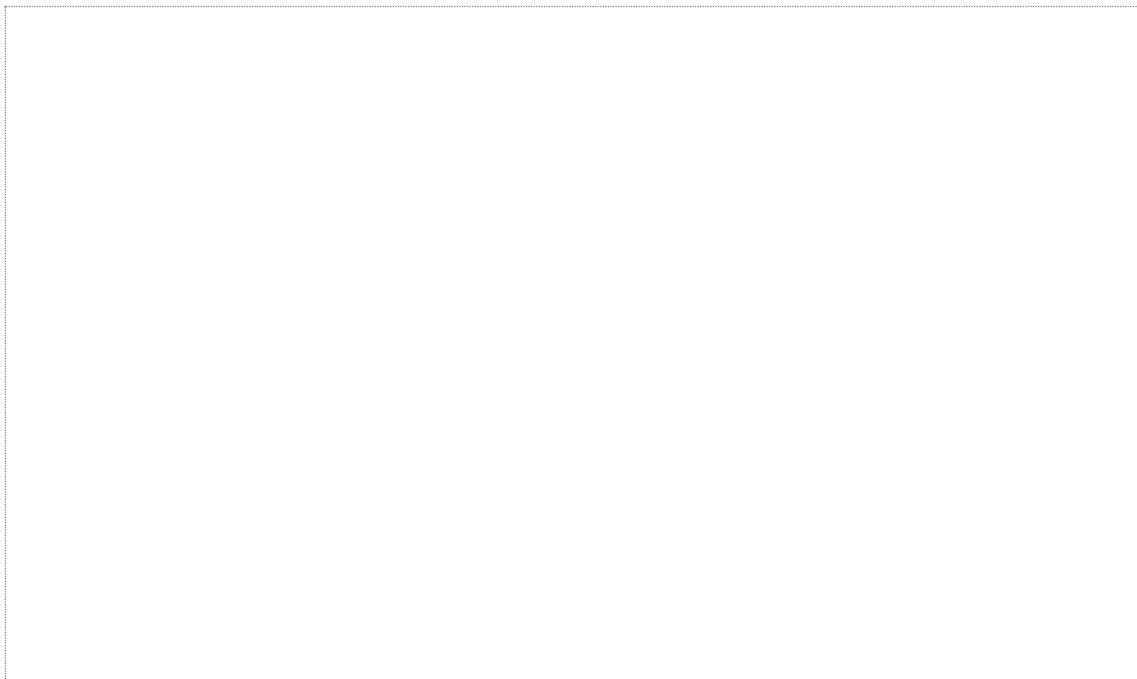
Producto	Precio
Plaza	Promoción

ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

g. Especificaciones técnicas y de diseño del producto

Especificaciones	Logotipo / empaques

h. Diagrama de operaciones para la elaboración del producto



i. Listado de maquinarias, equipos y herramientas

Cant.	Maquinaria	Cant.	Equipos / Herramientas

j. Cálculo de material y/o materia prima (por unidad producida)

Cant.	Material / materia prima

k. Listado de potenciales proveedores

l. Personas requeridas en el proceso productivo

Puesto de trabajo	Número
TOTAL	

ESTUDIO ECONÓMICO DE LA PRODUCCIÓN

Costos (x unidad)	PVP	Proyección de utilidad (por unidad producida)	Proyección cant. unidades a vender