



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“ESTUDIO SOCIO-ECONÓMICO DE LA PARROQUIA
URBANA CHAGUARPAMBA PARA LA CREACIÓN
DE MICROEMPRESAS Y SU APORTE EN LA
ECONOMÍA CANTONAL.”**

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS.

AUTORAS

Mayra Elizabeth Cueva Rojas
Sara Elizabeth Guajala Macas

DIRECTORA:
Ing. Mireya Landacay

**LOJA – ECUADOR
2009**

CERTIFICACIÓN

Ing. Mireya Landacay, Docente de la Universidad Técnica Particular de Loja y Directora de la presente tesis,

Certifica:

Que el trabajo de investigación: **ESTUDIO SOCIO-ECONÓMICO DE LA PARROQUIA URBANA CHAGUARPAMBA PARA LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS Y SU APOORTE EN LA ECONOMÍA CANTONAL AÑO 2008**, ha sido elaborado por las señoritas Mayra Elizabeth Cueva Rojas y Sara Elizabeth Guajala Macas, revisado y corregido bajo mi dirección, por lo que autorizo su presentación.

Loja, junio de 2009

Ing. Mireya Landacay
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Las opiniones, ideas y conceptos anotados en el presente trabajo de tesis, son de exclusiva responsabilidad de sus autoras.

Mayra Elizabeth Cueva

Sara Elizabeth Guajala

AGRADECIMIENTO

Nuestra gratitud a la Universidad Técnica Particular de Loja, a su planta docente y personal Administrativo, por compartirnos su experiencia y conocimientos que nos guió en el presente trabajo de tesis

Las autoras

DEDICATORIA

“Para triunfar hay que pensar, crear alternativas, ser optimista, buscar diversos caminos, en fin que lo imposible sea posible.”

El presente trabajo de tesis, está dedicado primeramente a Dios que me dio la vida, la inteligencia y la sabiduría para poder concluir uno de mis grandes sueños, en segundo lugar a mis queridos y apreciados Padres, el Lic. Gabriel Guajala y la Sra. Olga Macas, que con su tiempo, su cariño, su amor y su paciencia me supieron dar las fuerzas necesarias para seguir adelante y terminar esta etapa universitaria, también a mis queridos hermanos: Econ. Miriam Guajala M. y el Ing. Juan Gabriel Guajala M. que con sus consejos y su apoyo me supieron brindar seguridad en mi misma, y en tercer lugar a mis queridos y recordados: Abuelitos: el Sr. Manuel Guajala (+), Sra. Isabel Yaguana, Sr. Virgilio Macas (+) y Sra. Luz Benigna Guerrero (+); que con su amor y protección me brindaron y me brindaran ese calor especial de amor y cariño. Asimismo para el resto de mis familiares y amigas (os) que me dieron su amistad sincera y para todas esas personas que he mencionado **GRACIAS** por haber estado presentes en mi vida.

Sara Elizabeth

Este esfuerzo lo dedico a mi querida madrecita Sra. Lastenia Rojas quien con su apoyo incondicional, amor, sacrificio y confianza supo guiarme para ver realizado uno más de mis ideales, a mi querido y recordado Padre quien desde el cielo guía mi camino; a mis hermanos por su cariño y comprensión en todo momento. A todos ellos gracias por ayudarme a cumplir este sueño.

Mayra Elizabeth

CESIÓN DE DERECHOS

Mayra Elizabeth Cueva Rojas y Sara Elizabeth Guajala Macas, declaran conocer y aceptar la disposición del artículo 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja, que en su parte pertinente dice textualmente:

“Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos, y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

Aceptando lo anterior, firman:

Mayra Elizabeth Cueva
C.I. 1103871628

Sara Elizabeth Guajala
C.I. 1103556153

PRESENTACIÓN

INTRODUCCIÓN

Actualmente la parroquia urbana Chaguarpamba, mantiene una economía de autoconsumo, donde la mayor parte de iniciativas de emprendimiento son manejadas como un negocio familiar que con su excedente permite el flujo comercial y productivo a niveles de bajo rendimiento y escasa competitividad.

Estos pequeños negocios por su dimensión y características, pueden llegar a tener cierto nivel de éxito, según la temporada en la que se inicien, pero esto no permite que sean sostenibles a largo plazo, evidenciando con ello recesión y estancamiento económico para el sector; el mercado se está haciendo cada vez más cambiante y sobre todo exigente, los clientes cada vez requieren más calidad en sus productos, servicios y procesos.

Con la presente investigación se busca contribuir al desarrollo económico y social de la parroquia urbana Chaguarpamba identificando sectores estratégicos de desarrollo agropecuario, capacidad de asociación y liderazgo, posibilidades de comercialización entre otros, buscando que al mejorar las instancias de desarrollo empresarial, esta pueda superar una tradición de olvido sistemático y aislamiento.

Adicionalmente se pretende desarrollar la labor más importante del administrador de empresas esto es: apoyar el desarrollo de las microempresas rurales como medio para el incremento de los ingresos de las familias rurales pobres, a través del aumento del empleo, organizando a los colectivos sociales, de tal manera que su disposición permita generar alternativas de trabajo, que mejoren el nivel de vida de la región y eviten la aparición de problemas sociales como la migración, el desempleo, el subempleo. Mediante la aplicación de una encuesta a la población que permita obtener información de fuente primaria acerca de la realidad del sector y enfocarla a las potencialidades de fomento empresarial.

El objetivo principal del proyecto es desarrollar una propuesta de un modelo de estudio estratégico, financiero para la creación de microempresas y formación del tejido empresarial que potencie la economía del sector

OBJETIVOS

✓ **General**

Realizar el estudio Socio-Económico de la parroquia urbana de Chaguarpamba para la creación de microempresas y su aporte en la economía cantonal.

✓ **Específicos**

- a. Identificar los factores socio-económicos que han permitido el desarrollo de las microempresas a nivel nacional, regional y en la parroquia urbana de Chaguarpamba, para determinar su aporte en la economía cantonal.
- b. Determinar los aspectos generales, de capital humano y de aprovechamiento de recursos que existen actualmente en la parroquia urbana de Chaguarpamba.
- c. Describir los indicadores sociales, humanos y económicos, que fijan la implementación de una microempresa en la parroquia urbana Chaguarpamba.
- d. Establecer una propuesta para impulsar la iniciativa empresarial de la parroquia urbana Chaguarpamba.

HIPÓTESIS

Las condiciones socio-económicas de la población de la parroquia urbana de Chaguarpamba inciden de forma negativamente en la creación de microempresas.

RESUMEN EJECUTIVO

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, la Globalización del mercado exige un marco competitivo a todas las empresas, sean estas grandes, medianas, pequeñas o famiempresas, requiere de cambios fundamentales orientados a mejorar el desempeño para su propia supervivencia, con asociaciones que estén dispuestas a invertir, mejorar su productividad constantemente, creen empleo, pero en la mentalidad de los ecuatorianos la creación de empresas esta enmarcada al quehacer gubernamental, y aunque las medidas macroeconómicas son importantes es necesario que los emprendedores inicien esta actividad, generando ideas de acuerdo con el entorno.

Es así que en la presente investigación, "**ESTUDIO SOCIO-ECONÓMICO DE LA PARROQUIA URBANA CHAGUARPAMBA PARA LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS Y SU APOORTE EN LA ECONOMÍA CANTONAL**", abarca una observación profunda del sector, para conocer las necesidades, gustos y preferencias y formas de comercialización de un grupo específico de la parroquia, y mostrar un plan cuyos objetivos y estrategias respondan a la necesidad y deseos reales de los habitantes y sectores productivos del lugar.

Se desarrolla sobre la base de un estudio que analiza la situación socio-económica de los habitantes de la parroquia urbana Chaguarpamba e identifica las condiciones que inciden en la creación de microempresas; a partir de este dato se determina una muestra con un margen de error mínimo, que corresponde a 302 personas; y ofrece un gran grado de confiabilidad en los resultados.

Esta investigación se encuentra dividida en cuatro capítulos. **El Capítulo I** se orienta al análisis empresarial en el Ecuador, haciendo énfasis en su situación actual hasta llegar al sector geográfico en estudio la parroquia Urbana de Chaguarpamba

El Capítulo II se describe la situación económica y productiva de Chaguarpamba, adicionalmente se considera aspectos históricos, geográficos, aspectos demográficos (población, salud, educación y empleo), y algunos indicadores adicionales y se culmina con una descripción de los aspectos económicos y productivos.

El Capítulo III abarca el análisis de una encuesta realizada a la población de la parroquia urbana Chaguarpamba que comprende aspectos como; Identificación del encuestado, actividad económica, identificación general de la vivienda, etc., con la finalidad de tratar de investigar las potencialidades de sector.

En el **Capítulo IV**, se realiza un análisis de la gestión microempresarial en la parroquia urbana Chaguarpamba y posteriormente se procede a desarrollar una propuesta mediante cuadro proyectivo de iniciativas microempresariales viables, en términos generales, para la capacitación e implementación de ideas empresariales orientadas a los habitantes del sector urbano de Chaguarpamba.

De acuerdo con los objetivos planteados en la investigación se busca aportar al desarrollo social por medio de la determinación de una propuesta que permita la formación de microempresas en la parroquia Chaguarpamba, la cual carece de algunos elementos esenciales para el fomento de iniciativas microempresariales.

Se intenta además, generar alternativas de trabajo para mejorar el nivel de vida de la población de Chaguarpamba y con esto evitar problemas sociales como la migración, el desempleo, el subempleo, pues estos se han venido desarrollando constantemente dentro de la zona.

Al finalizar la presente investigación se logra cumplir estos objetivos, pues al evidenciar en el segundo y tercer capítulo que los habitantes del sector carecen de los recursos económicos y de formación general que no permiten la creación de microempresas y al observar que en el cuarto capítulo que si existen iniciativas

microempresariales que pueden ser realizadas con el apoyo municipal, al cumplirse estas es evidente que la situación económica disminuirá los problemas sociales.

ÍNDICE

ÍNDICE

| | |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| CERTIFICACIÓN..... | II |
| AUTORÍA | III |
| AGRADECIMIENTO..... | IV |
| DEDICATORIA..... | V |
| CESIÓN DE DERECHOS..... | VI |
| PRESENTACIÓN | VII |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | XI |
| ÍNDICE | XV |
| CAPÍTULO I: LAS MICROEMPRESAS | 17 |
| 1 ANÁLISIS MICROEMPRESARIAL | 18 |
| 1.1 CRITERIOS DE DELIMITACIÓN DE LA MICROEMPRESA..... | 18 |
| 1.2 LA MICROEMPRESA EN EL ECUADOR..... | 18 |
| 1.3 PRINCIPALES PROBLEMAS DE LAS MICROEMPRESAS | 20 |
| 1.4 LA MICROEMPRESA EN LA PROVINCIA..... | 23 |
| CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL ECONÓMICO Y PRODUCTIVO..... | 28 |
| 2 ANÁLISIS SITUACIONAL, ECONÓMICO Y PRODUCTIVO DE | |
| CHAGUARPAMBA | 29 |
| 2.1 RESEÑA HISTÓRICA..... | 29 |
| 2.2 DIVISIÓN POLÍTICO ADMINISTRATIVA..... | 30 |
| 2.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS | 31 |
| 2.3.1 POBLACIÓN | 31 |
| 2.3.2 SALUD | 32 |
| 2.3.3 EDUCACIÓN..... | 34 |
| 2.3.4 EMPLEO | 35 |
| 2.3.5 MIGRACIÓN | 37 |
| 2.4 ASPECTOS ECONÓMICOS..... | 37 |
| 2.4.1 CANASTA FAMILIAR..... | 37 |
| 2.4.2 COMERCIO | 38 |
| 2.4.2.1 PRINCIPALES PRODUCTOS COMERCIALIZABLES SEGÚN | |
| ÉPOCAS..... | 41 |
| 2.4.3 COMUNICACIÓN..... | 42 |

| | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.5 | ASPECTOS PRODUCTIVOS..... | 42 |
| 2.5.1 | RECURSOS TURÍSTICOS | 42 |
| 2.5.2 | CLASIFICACIÓN DE LOS CULTIVOS | 46 |
| CAPÍTULO III: ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LA PARROQUIA URBANA DE CHAGUARPAMBA..... | | 48 |
| 3 | ENCUESTA SOCIOECONÓMICA | 49 |
| 3.1 | BREVE DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA | 49 |
| 3.2 | RESULTADOS..... | 50 |
| 3.2.1 | DATOS GENEERALES..... | 50 |
| 3.2.2 | ACTIVIDAD ECONÓMICA | 52 |
| 3.2.3 | IDENTIFICACIÓN GENERAL DE LA VIVIENDA..... | 57 |
| 3.2.4 | IDENTIFICACIÓN EMPRESARIAL | 58 |
| CAPÍTULO IV: GESTIÓN MICROEMPRESARIAL | | 67 |
| 4 | ANÁLISIS DE INICIATIVAS MICROEMPRESARIALES A IMPLEMENTARSE | 68 |
| 4.1 | CUADRO PROYECTIVO DE INICIATIVAS MICROEMPRESARIALES | 69 |
| 4.2 | PLAN DE CREACIÓN DE MICROEMPRESAS | 70 |
| 4.3 | PROPUESTA PARA LA CAPACITACIÓN MICROEMPRESARIAL..... | 75 |
| | CONCLUSIONES..... | 85 |
| | RECOMENDACIONES..... | 87 |
| | BIBLIOGRAFÍA..... | 89 |
| | ANEXOS | 91 |

CAPÍTULO I

LAS MICROEMPRESAS

1. ANÁLISIS MICROEMPRESARIAL

1.1. Criterios de delimitación de la microempresa

La microempresa es la unidad económica generada por emprendedores, que opera en base del autoempleo o a través del empleo de hasta 6 personas, su proceso productivo esta compuesto de un “10% de tecnología y su capital va desde 1 dólar hasta \$ 20.000 dólares”¹. Dentro del Ecuador la mayoría de estas entidades son familiares, con fines de subsistencia, es decir no tiene capacidad de generar excedentes, razón por la que tienen bajo crecimiento de capital, muchas de ellas poseen mano de obra no especializada y sin posibilidad de retribuirla, con salarios inferiores al básico legal. Este recurso humano es el eje principal para el funcionamiento del proceso productivo, las habilidades y destrezas encontradas son los que dan el potencial necesario a la microempresa.

Las microempresas están asociadas con los estratos medianos, pobres y muy pobres, estas unidades económicas operan en el Ecuador en un 87% conformada por personas naturales, 1% por jurídicas y 12% por formales e informales según el INEC (2008).

1.2. La microempresa en el Ecuador

Estas organizaciones, se han convertido en una parte estructural de las economías en todo el mundo. A través de ella se dinamiza el aparato productivo, cambian los costos de producción, los mercados se vuelven más competitivos, y se extingue el desempleo. En el Ecuador, el desarrollo microempresarial ha sido parsimonioso, haciendo un análisis de este nos lleva a considerar los siguientes antecedentes:

¹ Roche María Laura (2006), Realidades y expectativas de las Pymes ecuatorianas), Cámara de la pequeña industria del Guayas.

En primer lugar, el Ecuador en los últimos diez años ha enfrentado grandes cambios políticos, económicos y sociales que han modificado las perspectivas de la población ante la generación de recursos, los motivos de la caída económica están relacionados con el deterioro de la calidad de los suministros locales, la creciente centralización en las decisiones de política económica, problemas con los derechos de propiedad, falta de independencia de la justicia e ineficiencia en el sector laboral que podría generar un quebranto en el clima de inversión, respuesta lenta a los fenómenos naturales, una significativa migración entre los principales. Pero la microempresa por su capacidad de adaptación, ha podido superar relativamente estos inconvenientes, así por ejemplo, el mercado se regula por los precios, donde los productores eficientes enfrentan alzas inflacionarias disminuyendo sus stocks, reduciendo sus márgenes de ganancias lo que lleva finalmente a equilibrar la producción y los costos.

De lo mencionado anteriormente, al realizar un análisis comparativo entre los diferentes países, observamos que la economía del Ecuador, no es nada atractiva para captar inversión extranjera, pues la actividad microempresarial no está desarrollada ya que representa una fuente complementaria de ingresos para las familias campesinas, pues los flujos monetarios y la utilización de la mano de obra, generados por la actividad económica principal y los generados por la actividad microempresarial son difícilmente identificables en forma separada².

Así también el Ecuador ha sostenido un déficit comercial cada vez más grande, nuestros productos de exportación han decaído, no tenemos una capacidad de consumo dispuesto a comprar los productos que se han producido, con ello la entrada de divisas se ve restringida, las remesas de los migrantes que han perdido su empleo han disminuido, lo que da como consecuencia la escasez de ingresos para cubrir el gasto social y con ello la restricción de recursos para canalizarlos hacia la inversión en otras actividades productivas. Asociado a este panorama todos los países a nivel mundial, sienten el efecto de una crisis económica

2 Torres Rodríguez L. (2007), La microempresa en el Ecuador, Fundación Avanzar

financiera que tuvo su origen en los Estados Unidos³, país considerado hasta ese entonces como la primera potencia económica en el mundo y el principal socio comercial del Ecuador.

Esta prolongada crisis económica ha afectado a múltiples países del tercer mundo, generando una baja en el poder adquisitivo de amplios sectores de la población, sobre todo en las denominadas clases populares, que son mayoritariamente asalariados. Esta situación es particularmente más grave entre los sectores -que siendo parte de la población económicamente activa- se han visto afectados por el desempleo al que los ha lanzado la crisis, y que a su vez está obligando a ensayar múltiples y muy diversas maneras de subsistir.

Consecuentemente, Ecuador no tiene un significativo desarrollo en actividades emprendedoras, ni siquiera por subsistencia, que en parte también se debe a un proceso de formación académica, que no desarrolla el espíritu emprendedor de los jóvenes, que deben enfocarse no sólo con la mentalidad de ser empleados dependientes sino también para ser gerentes de su propia empresa. A esto se complementa, la falta de destrezas o actitudes empresariales, existe una actitud débil de planificación hacia el futuro, de asumir riesgos y de aprovechar oportunidades, escasa capacidad de persuasión e influjo en el entorno.

1.3. Principales problemas de las microempresas

Los problemas que enfrentan las microempresas entre los más relevantes para su desarrollo son: la incipiente organización con una dirección con visión a corto plazo, informalidad, limitado acceso al capital, deficiente inversión, escasa tecnificación, dispersión del sector, falta de atención a la calidad, productividad insuficiente, recursos humanos poco calificados, escasos medios de financiamiento, son entre las principales causas de su vulnerabilidad y limitado acceso a oportunidades que

³ Informe del Foro Económico Mundial, 29 de Septiembre del 2006, publicado en Internet bajo el documento “Promoción del Desarrollo Empresarial en América Latina” – La experiencia de la Corporación Andina de Fomento-.

ofrece el sistema económico, lo que se traduce en ausencia de políticas de gobierno que enfrenten los problemas de este sector.

Estas organizaciones son las primeras en recibir los impactos de las crisis económicas y pocas veces se beneficia de los mecanismos de reactivación; han sido el foco de efímeras ayudas que han distorsionado las verdaderas aspiraciones del sector; Por otra parte, es cada vez más frecuente que grandes empresas subcontraten a pequeñas para complementar sus producciones o para completar los volúmenes necesarios para exportar, lo que implica una integración de carácter vertical que permite conseguir ahorros de recursos de todo tipo.

Las organizaciones e instituciones públicas y privadas que se encuentran inmersas en el apoyo al sector de las microempresas adquieren una presencia creciente en la implementación de estrategias de desarrollo y en la aplicación de políticas sociales en el Ecuador y en toda América Latina. Estas entidades, como es el caso de las Cámaras de la Producción, como la Cámara de la Pequeña Industria de Loja (CAPIL), cuyo ámbito de incidencia se centra sólo en la capital provincial permite la satisfacción de necesidades básicas de este sector, a través de la prestación de servicios de desarrollo empresarial y servicios financieros especializados, como en el tema crediticio a través de alianzas estratégicas con la banca privada, así como en la provisión de servicios vinculados a la capacitación, salud, promoción social y empleo. Pero limitan las condiciones del apareamiento de microempresas en las capitales cantonales.

Por lo tanto, se requiere de la actualización y fortalecimiento de los programas y sistemas de educación para hombres y mujeres y a la vez generar sistemas de capacitación para docentes, con políticas tendientes a promover la innovación y creatividad, generadoras de oportunidades de negocios, que permita aumentar la competitividad global y lograr un mayor impulso en el crecimiento económico.

Consecuentemente a nivel provincial, se requiere de una cooperación regional y cantonal más estrecha y profunda, con programas de acción más eficaces, que permita acelerar el ritmo de crecimiento económico, crear sistemas democráticos

más sólidos y combatir los problemas persistentes y generalizados de pobreza, hambre, exclusión y desigualdad, desarrollando una base sólida integrada y orientada hacia los resultados que promuevan la participación de la sociedad civil, el sector privado, los pueblos indígenas, las mujeres, los jóvenes y las instituciones en general.

Otro aspecto muy importante de analizar es la falta de recursos financieros, que se reflejan en la escasez de financiamiento para las actividades productivas, limitando con ello enormemente las iniciativas microempresariales así también representa una dificultad para el crecimiento y el desarrollo de las pequeñas empresas que luchan por sobrevivir y/o mantenerse en el mercado.

La fuente de financiamiento de nuevos emprendedores en la mayoría de los casos, son los ahorros personales y de los padres; Esto crea un nuevo concepto la FAMI-Empresa, en donde la familia es el motor principal, convirtiéndose en una unidad productora de bienes económicos. Dentro de esta empresa, la familia es quien administra, financia y toma decisiones dentro de esta entidad económica. Así también en los últimos cinco años, el financiamiento para la microempresa se ha triplicado, mediante tres categorías de oferentes para la obtención de créditos para la microempresa: Entidades Reguladoras: Bancos, sociedades financieras, cooperativas reguladas; Entidades no reguladas: ONG's, cooperativas no reguladas, proyectos; Sistema de Autogestión: Cajas de Ahorro, bancos comunales y similares⁴.

Esto demuestra, que la situación económica que vive la mayoría de la población ecuatoriana, no permite acrecentar un ahorro importante, dando como consecuencia el difícil acceso a las fuentes de financiamiento. Así también observamos que la banca comercial demuestra escaso interés por colocar capital en este segmento empresarial, debido a la baja rentabilidad de estas operaciones, la cual se debe principalmente a su reducido tamaño en algunos casos, que hace que los costos administrativos unitarios sean muy superiores a los créditos de mayor cuantía que para empresas de mayor tamaño, a esto se añade, el mayor

⁴ Alarcón Costta. (2006), *Subempleo o microempresa*, Revista Emprendedores, pag.7

riesgo de cartera implícito en estos créditos, el cual también los hace menos rentables.

Frente a ello y en pos de dinamizar el desarrollo empresarial en nuestro país, se hacen necesarias acciones tales como: Identificar oportunidades de negocios y desarrollar las capacidades emprendedoras y gerenciales partiendo de los recursos existentes; ello se alcanzará con análisis permanente del entorno competitivo de la microempresa y la capacitación, actualización y formación permanente y sistemática de los líderes empresariales o de aquellos que cumplen función directiva; gestión y apoyo para elaboración y presentación de proyectos de las diferentes microempresas rurales; gestión y liderazgo en el desarrollo de la actividad empresarial, buscando los mejores beneficios tanto para el propietario como para los clientes y usuarios; financiamiento, el mismo que debe ser flexible y coherente con la situación económica de la entidad empresarial.

Igualmente la creación de un marco legal para favorecer el desarrollo de la microempresa y lograr una adecuada inserción en la economía regional; optimizar el apoyo de las instituciones buscando fortalecer las capacidades y prestación de servicios de las entidades que promueven el desarrollo de la microempresa, a efectos de incrementar significativamente su cobertura en términos de la cantidad y calidad; constituir un espacio sostenible que permita orientar y aportar de manera efectiva al desarrollo de la microempresa a través de sus instituciones aliadas, mediante la realización de convenios.

1.4. La microempresa en la provincia y cantones de Loja

En este marco referencial, La provincia de Loja, se ha caracterizado por un escaso desarrollo empresarial - industrial y la carencia de una infraestructura física adecuada, mantiene un mercado pequeño dedicado al consumismo, no hay impulso de la industria, las fuentes de trabajo en esta área son escasas, por lo que se ha

incrementado de gran manera la migración⁵ y con ello la gente no posee ingresos y por ende no hay inversión.

Mediante la observación realizada a la actividad comercial de la provincia de Loja, y en virtud del desarrollo económico, tecnológico y educativo del sector, se detecta la existencia de actividades microempresariales de compra y venta de productos terminados de carácter artesanal y unas pocas que principalmente importan antes que exportan. Por su parte la Superintendencia de Compañías, hasta marzo del 2008, reporta un total de 670 empresas activas, dedicadas en su mayoría a actividades de comercio y unas pocas a la producción.

Por otro lado, organismos como la Cámara de Comercio y Cámara de la Pequeña Industria de Loja (CAPIL), no aportan datos estadísticos significativos que permitan visualizar la realidad de estos sectores; así, esta cámara reporta que a marzo de 2009 cuenta con 1544 socios, principalmente de la ciudad, de los cuales 137 son empresas y la diferencia se registra como personas naturales; entre las actividades principales se destacan textiles, abastos, repuestos automotrices, construcción, ventas y servicios varios, hoteles y restaurantes, entre otros. Por su parte la CAPIL señala cuenta con 60 socios inscritos, de los cuales 45 son socios activos; entre ellos se encuentra principalmente empresas comercializadoras y muy pocas empresas que transforman materia prima (que es el tipo de empresa que debería agrupar la CAPIL).

A pesar de ello, algunos sectores, agrupaciones, inversionistas, tratan de aprovechar las oportunidades que el entorno ofrece en el campo empresarial. Así también instituciones como la Agencia de Desarrollo Empresarial –ADE–, las instituciones financieras que apoyan los emprendimientos productivos, el Consejo provincial, el MAG, son las instituciones llamadas a capacitar e incentivar la gestión y apoyo para elaboración y presentación de proyectos de las diferentes microempresas rurales.

⁵ INEC (2001), VI Censo de población y V de Vivienda - 2001. Proyección al 2009.

En Loja y su provincia hace falta mejorar la infraestructura física y fortalecer la base tecnológica que garantice la inversión y que permita ofrecer bienes y servicios que satisfagan los requerimientos necesarios de la población, que garanticen productividad suficiente y una calidad aceptable, para competir en un mercado moderno, de manera que la producción asegure demanda y sea rentable.

También hace falta que los microempresarios establezcan conexiones contractuales de mercado con empresas demandantes de sus productos, que les permita planificar en detalle, ajustando la producción en volumen, calidad y tiempo a los requerimientos, asegurando la salida de los bienes o servicios en condiciones de precio y forma de pago preestablecida; esto dará seguridad a la empresa y le permitirá adquirir oportunamente los insumos necesarios, organizar a los productores y desarrollar las actividades productivas en forma expedita.

Haciendo referencia a Chaguarpamba, área de estudio a pesar de su gran riqueza natural, no hay desarrollo del sector empresarial como generadora de empleo e ingresos para las familias del lugar; los emprendimientos existentes son mínimos y en el ámbito de la agricultura, son básicamente familiares y de autoconsumo, las cuales generan ingresos limitados para el sostén de las familias.

La población básicamente se dedica a la producción de: café, maní, caña de azúcar, maíz, arroz, plátano, frutales entre otros; por lo cual el sector comercial se enmarca en la venta de estos productos agrícolas por parte de los productores que prefieren vender en la cabecera cantonal del mismo nombre, esta comercialización se realiza el día domingo, es allí donde se encuentran localizados los comerciantes acopiadores que disponen de bodegas adecuadas para la recopilación de los productos, y su posterior traslado hacia las ciudades de destino.

El sistema de comercialización más utilizado para la actividad agrícola es la compra y venta entre las tiendas mayoristas y minoristas, además, los productos que salen de los campos son adquiridos por los intermediarios quienes los llevan a otras ciudades para su venta posterior, para la actividad ganadera la comercialización

más utilizada es la directa dueño-comprador final. Además se comercializa otros artículos tales como ropa y artículos de bazar para abastecer de esta manera a sus diferentes barrios y parroquias alejadas al Cantón en mención donde básicamente son comerciantes de otros lados los que llegan a ofrecer, lo cual significa que el dinero no se permanece en el cantón y circula para autopotenciar los negocios.

Así también se evidencian pequeños negocios de subsistencia, implementados empíricamente y con deficiente organización tales como: unas pocas bodegas mayoristas, farmacias, zapaterías, locales de ropa, bazares, restaurantes, librerías, locales de venta de insumos agropecuarios, electrodomésticos, licorerías, hoteles, peluquerías, mecánicas, almacenes de repuestos y lubricantes, panaderías, cabinas telefónicas y tiendas minoristas.

En las fiestas de este Cantón se realiza una feria comercial de productos agrícolas, utensilios de madera, tejidos de algodón y cabuya y ganado: ovino, quino, porcino, caprino y aves, estas son las principales formas en las que se evidencia un movimiento económico.

Sin embargo, existe un gran potencial agrícola y ganadero del sector que en lo futuro permitirá proponer un plan de creación de microempresas basado en la capacitación y asesoramiento en la gestión de las mismas, a través del Municipio del Sector con el fin de lograr el progreso de la zona. En este caso las microempresas a crearse constituirán un vehículo importante para que las familias de bajos ingresos puedan escapar de la pobreza por medio de actividades productivas regidas por las fuerzas del mercado. Como propietarios o como trabajadores, el sustento de los pobres está vinculado directamente al quehacer del sector.

Este desarrollo ya sea de un país, una zona o de una región no sólo significa conseguir crecimiento económico, expresado en indicadores como la producción y el consumo a nivel agregado, sino que constituye un proceso de ampliación de las

oportunidades de todas las personas para mejorar sus condiciones de vida, para ello este desarrollo debe incluir a todos los actores involucrados.

De las potencialidades del sector, y en concordancia con lo anteriormente indicado, las actividades productivas que pueden ser apoyadas por su tratamiento en la región y pueden generar valor agregado en su transformación, pueden ser: agroindustria panelera, en la elaboración de los derivados del mismo, agroindustria cafetalera, agroindustria del maní, etc.

Igualmente, actividades que generen ingresos a través de la prestación de servicios, como el turismo rural y una adecuada cadena de comercialización que mejore las condiciones del productor y no del intermediario.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL ECONÓMICO Y PRODUCTIVO DE CHAGUARPAMBA

2. ANÁLISIS SITUACIONAL, ECONÓMICO Y PRODUCTIVO DE CHAGUARPAMBA

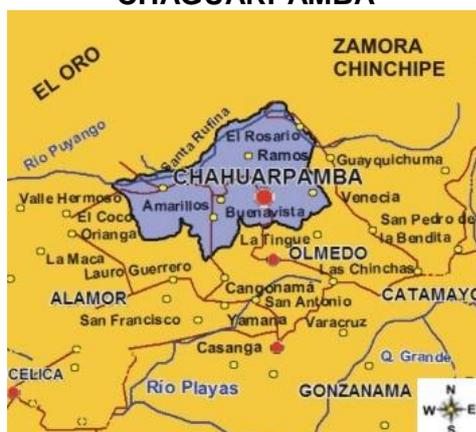
2.1 RESEÑA HISTÓRICA

Chaguarpamba⁶, proviene del dialecto palta cuyo significado se encuentra formada por dos vocablos: **chahuar**= penco, cabuyo; y **pamba**= llanura, planada o superficie plana. Sus habitantes hicieron el honor a una planta de cabuya y específicamente a su inflorescencia (CHAGUARQUERO) que desde antiguas épocas y hasta la actual abunda en el sector, considerando también que en donde se asienta hoy en día la iglesia matriz del cantón existía una gran planada (PAMPA) con plantas de dicho nombre.

Desde 1861 hasta 1985, formó parte del Cantón Paltas como parroquia rural, para luego el 27 de diciembre de 1985 ser declarado nuevo Cantón de la provincia de Loja, mediante Decreto Legislativo y publicado en el Registro Oficial Nro. 343.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Gráfico Nro. 1
CHAGUARPAMBA



Fuente: Municipio de Chaguarpamba
Elaborado por: www.viajandox.com

⁶ Tomado de www.lojanos.com/cantones

Su principal ventaja comparativa lo constituye su ubicación geográfica, pues el cantón Chaguarpamba se encuentra a una distancia de 111,4 kilómetros al Nor. Occidente de la ciudad de Loja, en un paso obligado hacia la Costa concretamente la provincia de El Oro, tierra eminentemente agrícola y ganadera, a través de la carretera panamericana. Su extensión es de 311,80 Km² y se ubica a 1.050 metros sobre el nivel del mar.

CLIMA, TEMPERATURA Y ALTITUD

El clima del cantón es templado en la parte alta y cálido húmedo en la parte baja, su temperatura promedio es de 18 a 24° centígrados. Se encuentra a 1050 m.s.n.m

2.2 DIVISIÓN POLÍTICO ADMINISTRATIVA

El cantón Chaguarpamba está conformado por: 1 parroquia urbana denominada Chaguarpamba que es su Cabecera Cantonal, y se asienta en las faldas del Cerro Chinchacruz y 4 parroquias rurales como son: Buenavista, Rosario, Santa Rufina y Amarillos, tal y como podemos observar en el Gráfico Nro. 2:

Gráfico Nro. 2
MAPA POLÍTICO – CHAGUARPAMBA



Fuente: Municipio de Chaguarpamba

Elaborado por: Municipio de Chaguarpamba/tríptico-Junio 2004

Dentro de su división política, también la constituyen las comunidades que conforman cada parroquia como se especifica en el Cuadro Nro.1 (ver Anexo N. 1).

**Cuadro Nro. 1
COMUNIDADES RURALES**

| PARROQUIA | BARRIOS |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CHAGUARPAMBA | Mizquillana, La Esperanza, Achiotas, Yaguachi, Las Trancas, El Triunfo, Jardín Alto, Rumipamba, Venecia, Jorupe, Paches, Araviscas, San Antonio de Zurapo, El Huato |
| BUENAVISTA | Hacienda Nueva, Ombomba, Valle Hermoso, Pan de Azúcar, La Paica, Lamedero, Artoncillo |
| EL ROSARIO | Yuro Yuro, Cordillera de Ramos, Cuatro Lomas, Trapiche, Hacienda de Ramos, El Pindo |
| SANTA RUFINA | Lozumbe, Amancayes, La Palmira, Cucumate, El Guineo, Pueblo Nuevo, La Palmira, Alto Grande, La Cucula |
| AMARILLOS | Miraflores, La Victoria, Las Piedras, Achirales, San Ramón, La Esperanza, El Sauce, San Miguel, Acapulco |

Fuente: Municipio de Chaguarpamba/tríptico Junio 2004

Elaborado por: Las autoras

2.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

2.3.1 POBLACIÓN

Según el INEC, la población total de Chaguarpamba, es de 8.096 habitantes, para el 2001, con una tasa de crecimiento de -2,0% (valor que se justifica por el fenómeno migratorio tanto interno como externo que afecta a dicho sector), que al ser proyectada hacia al año 2009 nos da como resultado un total de 8.615 habitantes, tanto en el sector urbano como rural según lo demuestra el siguiente cuadro:

**Cuadro Nro. 2
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE CHAGUARPAMBA**

| Año | Población |
|------|-----------|
| 2001 | 8.096 |
| 2002 | 8.204 |
| 2003 | 8.238 |
| 2004 | 8.277 |
| 2005 | 8.333 |
| 2006 | 8.403 |
| 2007 | 8.459 |
| 2008 | 8.532 |
| 2009 | 8.615 |

Fuente: INEC: VI Censo de población y V de Vivienda - 2001. Proyección al 2009.

Elaboración: Las autoras.

La población del cantón Chaguarpamba, representa el 2% del total de la población de la provincia de Loja. El 85,60% de su población reside en el área rural y el 14,39% reside en el área urbana. Se caracteriza por ser una población joven, ya que el 44% son menores de 20 años, según datos del INEC.

**Cuadro Nro. 3
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN**

| PARROQUIAS | POBLACIÓN TOTAL | PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN |
|-----------------------|-----------------|----------------------------|
| Chaguarpamba - Urbana | 1.240 | 14,39% |
| Rurales | 7.375 | 85.60% |

Fuente: INEC: VI Censo de población y V de Vivienda - 2001. Proyección al 2009.
Elaboración: Las autoras.

2.3.2 SALUD

Según el INEC, Chaguarpamba posee un 46,36% de la población que accede a servicios de salud, en el Cuadro Nro. 4, podemos observar que el cantón, se encuentra aproximadamente en un 20% por debajo de la media regional y nacional en el sector urbano y un 12% en el sector rural, lo que evidencia que la población de este sector se encuentra desprovista de centros de atención médica para cubrir las necesidades de la población, lo que genera serios riesgos en su estado general de bienestar individual, familiar y comunitario, este parámetro puede ser influyente a la hora de valorar la productividad en razón de que una población que no esta sana no puede laborar con toda su capacidad.

Cuadro Nro. 4
ÍNDICE DE SALUD DE CHAGUARPAMBA

| ÍNDICE | CHAGUARPAMBA | REGIÓN | PAÍS | DIFERENCIA |
|---------------|--------------|--------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ÍNDICE RURAL | 44 % | 41 % | 43,4 % | CHAGUARPAMBA en el ámbito rural tiene un índice de salud de 3 % más alto que la región y un 0,6 % mas alto con respecto al país |
| ÍNDICE URBANO | 46 % | 70,9 % | 68 % | CHAGUARPAMBA en el ámbito urbano tiene un índice de salud de 24.9 % más bajo que la región y un 22 % con respecto al país |
| ÍNDICE TOTAL | 45 % | 56,5 % | 57,7 % | Con respecto al índice total entre CHAGUARPAMBA y la región es de 11.5 % más bajo y un 12.7 % respecto al país. |

Fuente: INEC, Marcelo, Carrasco, Fernando y Bacallao, Jorge. Desnutrición y condiciones socioeconómicas en el Ecuador. Quito: CONADE-UNICEF-OPS, 1994; INEC- Banco Mundial, Encuesta de Condiciones de Vida, 1995.

Elaborado por: Las Autoras

Como observamos en el Cuadro Nro. 5 los padecimientos mas relevantes son: la hipertensión arterial, diabetes, también se recalca un gran porcentaje de personas que han recibido maltrato familiar.

Cuadro Nro. 5
ÍNDICE DE SALUD DE CHAGUARPAMBA

| SALUD | TASA POR HAB | % |
|----------------------------------------------------|---------------------|--------|
| SIDA | 100.000 hab. | 0,71 |
| Dengue | 100.000 hab. | 4,26 |
| Paludismo | 100.000 hab. | 14,91 |
| Cólera | 100.000 hab. | 0 |
| Difteria | 100.000 hab. | 0 |
| Rabia humana | 100.000 hab. | 0 |
| Sarampión | 100.000 hab. | 0,71 |
| Tuberculosis | 100.000 hab. | 23,66 |
| Hipertensión arterial | 100.000 hab. | 595,76 |
| Diabetes | 100.000 hab. | 197,8 |
| Alcoholismo | 100.000 hab. | 44,72 |
| Víctimas de violencia y maltrato | 100.000 hab. | 103,2 |
| Fármaco dependencia | 100.000 hab. | 9 |
| SALUD DE LA NIÑEZ | | |
| Tasa de mortalidad infantil (método directo) | 1.000 nacidos vivos | 6,3 |
| Tétanos neonatal | 1.000 nacidos vivos | 0 |
| Niños/as inmunizados con BCG | %(menores a 1 año) | 100 |
| Niños/as inmunizados contra la poliomielitis (OVP) | %(menores a 1 año) | 100 |

| SALUD | TASA POR HAB | % |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------|
| Niños/as inmunizados con DPT | %(menores a 1 año) | 95,3 |
| Niños/as inmunizados contra el SRP | %(menores de 12 a 23 meses) | 100 |
| Cobertura de inmunización infantil | %(menores a 1 año) | 98,4 |
| SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA | | |
| Embarazos con control de salud | Porcentaje | 78,7 |
| Partos atendidos institucionalmente | Porcentaje | 2,9 |
| Cobertura de control prenatal efectuada por los servicios del MSP | Promedio (Controles de salud) | 109 |
| Control posparto | Porcentaje | 1,7 |
| SALUD - ADULTOS MAYORES | | |
| Tasa de mortalidad en adultos mayores | Porcentaje | 3,2 |

Fuente: SIISE (Sistema Integrado de Indicadores Socioeconómicos del Ecuador), Versión 4.5

Elaboración: Las autoras

Además se puede observar que por parte del Gobierno se está cumpliendo con el plan⁷ de inmunización y atención a la salud, pero en el área urbana se encuentra un solo centro de salud, por lo cual las personas de las zonas alejadas acuden a otras formas empíricas para el control de su salud, como lo indica el índice de mujeres que durante su embarazo no tuvieron acceso a control médico alguno o atención en el parto.

2.3.3 EDUCACIÓN

En este ámbito, de acuerdo con datos proporcionados por el INEC, Chaguarpamba tiene un nivel educativo del 45.44%, es decir menos de la mitad de la población ha accedido a algún grado de escolaridad, así también se puede evidenciar en el cuadro Nro. 6 proporcionados por el SIISE, que en el cantón Chaguarpamba tiene un bajísimo porcentaje del nivel de escolaridad, en instituciones de educación formal, niveles: primario, secundario, superior universitario, superior no universitarios y postgrado, en una edad que oscila los 15 años y más.

Este nivel indica que no han cumplido los 6 años de educación primaria, también que de la totalidad de alumnos que se han matriculado en primaria, únicamente la

⁷ Plan : La salud ya es de todos, que propone la inmunización completa y gratuita a todos los menores de 2 años y atención materno infantil con el fin de reducir al mínimo las enfermedades de mujeres y niño, a través del Ministerio de Salud pública

mitad culminan sus estudios, en lo referente a la secundaria 5 de cada 100 alumnos culminan sus estudios y al tener que salir fuera del cantón para recibir educación superior son mínimas las personas que pueden recibirla.

La baja cobertura y el acceso a la educación, puede deberse principalmente a características tales como: escaso acceso a los lugares de estudio, falta de recursos, poca motivación a la preparación, centros de educación unidocentes, a nivel primario, es decir, que 1 maestro enseña aproximadamente a 32 alumnos, los 6 niveles que contempla la primaria, falta de infraestructura.

**Cuadro Nro. 6
NIVEL DE ESCOLARIDAD DE CHAGUARPAMBA**

| Sector / Indicador | Medida | 100% |
|--------------------------------|------------------|-------------|
| EDUCACIÓN – POBLACIÓN | | |
| Escolaridad | Años de estudio | 5,2 |
| Escolaridad – hombres | Años de estudio | 5,2 |
| Escolaridad – mujeres | Años de estudio | 5,2 |
| Primaria completa | %(12 años y más) | 52,7 |
| Primaria completa – hombres | %(12 años y más) | 52 |
| Primaria completa – mujeres | %(12 años y más) | 53,2 |
| Secundaria completa | %(18 años y más) | 5,4 |
| Secundaria completa – hombres | %(18 años y más) | 5 |
| Secundaria completa – mujeres | %(18 años y más) | 5,8 |
| Instrucción superior | %(24 años y más) | 4,1 |
| Instrucción superior – hombres | %(24 años y más) | 4,3 |
| Instrucción superior – mujeres | %(24 años y más) | 4 |

Fuente: SIISE, Versión 4.5

Elaborado: INEC

2.3.4 EMPLEO

Remitiéndonos a la información que proporciona el INEC (2001 y de acuerdo con las proyecciones realizadas hasta el año 2009, se tiene que la Población

Económicamente Activa (PEA)⁸ en Chaguarpamba, pone en evidencia que la principal actividad económica pertenece al sector primario (agricultura y ganadería) las cuales le generan ingresos limitados para el sostén de la familia y la abarcan principalmente los hombres, en cuanto a las mujeres estas se ocupan principalmente de la atención al hogar.

Como podemos observar en el Cuadro Nro. 7, la tasa de participación laboral se sitúa alrededor del 32,8%, lo cual demuestra que en Chaguarpamba no existen empleos de fácil acceso para todos, o que las fuentes de trabajo existentes están ya ocupadas. Asimismo, es preocupante el índice de niños que trabajan y no estudian (15,5%) ello limitará a futuro la posibilidad de generar desarrollo para el sector.

De igual manera, resulta muy preocupante que el 13,5% de niños y jóvenes no estudien ni trabajen, pues ello es manifestación del poco compromiso que los adultos, padres de familia y autoridades tienen con el futuro de la población y del sector como tal.

**Cuadro Nro. 7
OFERTA LABORAL – EMPLEO Y TRABAJO INFANTIL EN CHAGUARPAMBA**

| EMPLEO - OFERTA LABORAL | | |
|-------------------------------------------------------|------------|-------|
| Población en edad de trabajar (PET) | Número | 2.805 |
| Población económicamente activa (PEA) – 32.92% | Número | 1.162 |
| Tasa bruta de participación laboral | Porcentaje | 32,8 |
| Tasa global de participación laboral | Porcentaje | 46,0 |
| TRABAJO INFANTIL Y ADOLESCENTE | | |
| Niños/as que trabajan y no estudian de 8 a 17 años | Porcentaje | 15,5 |
| Niños/as que no trabajan ni estudian de 8 a 17 años | Porcentaje | 13,5 |
| Niños/as que no trabajan y sí estudian de 8 a 17 años | Porcentaje | 69,2 |
| Niños/as que trabajan y estudian de 8 a 17 años | Porcentaje | 1,8 |

Fuente: SIISE, Versión 4.5

Elaborado: Las autoras

⁸ PEA: Conjunto de personas que se encuentran en edad de trabajar y que están efectivamente produciendo bienes y servicios o están desempleadas en busca de empleo de forma dinámica

2.3.5 MIGRACIÓN

Las escasas fuentes de trabajo, los fenómenos naturales, hacinamiento de los hogares, bajos índices educacionales, baja productividad, escasa tecnificación, han ocasionado que los pobladores de Chaguarpamba se vean obligados a emigrar hacia otros lugares en busca de un empleo seguro y bien remunerado, aspecto que incluso ha provocado que de acuerdo al INEC, la tasa de crecimiento de la población sea negativo (-2%).

Según el Plan de Migración, Comunicación y Desarrollo, 2004, la principal causa de la emigración consiste en la necesidad de conseguir empleo, que más allá de proveer recursos para el individuo y su familia, el trabajo constituye un factor esencial de integración y reconocimiento social. Pues, la falta de un empleo no sólo genera problemas de dinero, sino que lleva al individuo a enfrentar el tema de la exclusión social.

Migración interna

Para los habitantes de este sector a nivel nacional, los principales destinos de los migrantes son: Loja, Quito, Cuenca, Guayaquil, Santo Domingo.

Migración externa

De la revisión de publicaciones relacionadas al tema de la migración y de la observación directa, podemos determinar que los principales destinos de los migrantes son: España, EE.UU e Italia.

2.4 ASPECTOS ECONÓMICOS

2.4.1 CANASTA FAMILIAR

En el contexto provincial, la mayoría de los cantones obtienen sus recursos económicos de las actividades realizadas en el sector primario, por lo cual son

bajos, así también los habitantes de Chaguarpamba, se ubican en un nivel socio-económico *bajo*, es decir, el 87.90% de los habitantes no poseen los recursos necesarios para cubrir sus necesidades básicas, son familias que poseen ingresos inferiores al valor de la canasta vital, debido a que su economía como se anoto anteriormente es de subsistencia.

De acuerdo al INEC (2008), la canasta básica nacional promedio, al mes de octubre del 2008 es de \$513,27 y la canasta vital nacional es de \$360,89; si consideramos los ingresos mensuales promedio \$333 por familia, observamos que no tienen capacidad económica para satisfacer las necesidades básicas como son: salud, educación, vestimenta, vivienda, entre otros; por lo tanto, son personas que se mantienen con necesidades básicas insatisfechas, situación que es grave en la actualidad, ya que limita su aporte a la economía local al no generar riqueza.

2.4.2 COMERCIO

De los datos obtenidos se pudo observar que ha nivel local, la comercialización de los productos agrícolas y pecuarios se encuentra impuesta en la mayor parte por los intermediarios, es decir el precio de venta se pacta de mutuo acuerdo entre vendedor y comprador sin que existan normas relacionadas con la calidad de los productos. Luego estos los llevan hacia otros mercados con el fin de obtener ganancias superiores al 100% del costo.

En el cantón Chaguarpamba, los productores prefieren vender en la cabecera cantonal del mismo nombre, allí es donde se encuentran localizados los comerciantes acopiadores que disponen de bodegas adecuadas para la recopilación del producto, y su posterior traslado hacia las ciudades de destino.

El sistema de comercialización más utilizado para la actividad agrícola es la compra y venta entre las tiendas mayoristas y minoristas, además, los productos que salen de los campos son adquiridos por los intermediarios quienes los llevan a otras

ciudades para su venta posterior, para la actividad ganadera la comercialización más utilizada es la directa dueño-comprador final.

Su mayor movimiento comercial se realiza el día domingo a lo largo de la calle “10 de Agosto”, de los cuales se pudo determinar mediante la observación directa que un 10% de comerciantes son ambulantes de ropa y artículos de bazar y un 90% se dedica a la comercialización de productos agrícolas y ganadero. Legalmente se encuentran registrados entre 40 a 60 comerciantes, existiendo en el lugar:

Cuadro Nro. 8
INICIATIVAS EMPRESARIALES - CHAGUARPAMBA

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
|----------|--------------------------------------------|
| 7 | Bodegas mayoristas, |
| 5 | Farmacias, |
| 2 | Zapaterías, |
| 6 | Locales de ropa deportiva, |
| 2 | Bazares, |
| 13 | Restaurantes, |
| 4 | librerías, |
| 3 | Locales de venta de insumos agropecuarios, |
| 1 | Tienda de electrodomésticos, |
| 1 | Licorería, |
| 3 | Hoteles, |
| 3 | Peluquerías, |
| 1 | Local de juego de Nintendo, |
| 1 | Mercado, |
| 1 | Camal municipal, |
| 1 | Cooperativa de Ahorro y Crédito, |
| 3 | Mecánicas, |
| 2 | Almacenes de repuestos y lubricantes, |
| 4 | Panaderías, |
| 2 | Locales de cabinas telefónicas, |
| 1 | Local de foto-estudio, |
| 9 | Tiendas minoristas. |

Fuente: Observación directa

Elaborado: Las autoras

Mayor detalle de la actividad comercial de Chaguarpamba se podrá encontrar al revisar el Anexo Nro. 2.

Este tipo de negocios en su gran mayoría son netamente familiares y muy limitadas en la contratación de personal adicional para la atención al público. Lo cual demuestra la falta de iniciativas micro-empresariales como generadoras de fuentes de empleo.

Esto ha incidido notablemente al limitado desarrollo micro empresarial en Chaguarpamba, al ser negocios netamente familiares no se está generando empleo, sino que constituye una actividad de subsistencia solamente.

Además, la principal característica de estos emprendimientos es la comercialización, es decir, no hay un impulso industrial, lo cual es necesario desarrollar dadas las condiciones de recursos naturales que posee el sector.

2.4.2.1 PRINCIPALES PRODUCTOS COMERCIALIZABLES SEGÚN ÉPOCAS

La población del sector es muy apegada a sus costumbres situación que se evidencia en la elaboración de productos propios del sector para ser comercializados durante sus fiestas locales. Tal es así que en la parroquia urbana de Chaguarpamba se dan algunas fiestas tradicionales: 27 de Diciembre: Fiesta Cívica, Aniversario de Cantonización: 5 de Agosto, Fiesta Religiosa en honor a la Virgen de la Nube - Patrona del Cantón, Feria Comercial; en esas fechas se intercambian (mediante la compra y venta) productos agrícolas y animales domésticos; vasijas de cerámica, utensilios de madera, tejidos de algodón y cabuya, ganado: ovino, equino, porcino, caprino y aves.

Pero para saber más de la comercialización observemos el siguiente cuadro en donde se demuestra los principales productos según épocas.

Cuadro Nro. 9
PRINCIPALES PRODUCTOS COMERCIALIZABLES SEGÚN ÉPOCAS

| PRODUCTO | CANTIDAD VENDIDA (mensualmente) | LUGAR DE VENTA | MESES DE VENTA | VALOR PAGADO |
|----------|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------------------------------------------|
| MANÍ | 300-400 qq | Catacocha, Olmedo, Loja, Catamayo, Piñas, Guayaquil, Sto. Domingo, Machala, etc. | Enero a Julio | c/qq cuesta en la actualidad 90 dólares |
| CAFÉ | 100-250 qq | Loja, Olmedo, Guayaquil, Quito, Machala, Catacocha, Piñas, Saracay, etc. | Mayo a Octubre | c/qq cuesta en la actualidad 100 dólares |
| FRÉJOL | 30-50 qq | Sto. Domingo, Olmedo, Loja, Guayaquil, Quito, Machala, Catacocha, Piñas, Saracay, etc. | Abril a Junio | c/qq cuesta en la actualidad 60 dólares |

Los meses señalados en MESES DE VENTA son aquellos en los que las ventas son excelentes, los demás meses del año, se vende en menor proporción.

Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008

Elaborado: Las autoras

2.4.3 COMUNICACIÓN

Los principales medios de comunicación en el cantón Chaguarpamba son:

- ❖ Medios de televisión: Gama, Teleamazonas y Telerama.
- ❖ Prensa escrita: Diario la Hora de Loja.
- ❖ Radios: Luz y Vida, Carimanga, Olmedo, Boquerón, Satelital y Lluvia.
- ❖ Internet: Ciertos locales de cabinas telefónicas prestan este servicio.

2.5 ASPECTOS PRODUCTIVOS

2.5.1 RECURSOS TURÍSTICOS

Esta actividad tiene características particulares, por un lado se trata típicamente de un servicio que impulsa un amplio espectro de sectores productivos pero, a la vez es un generador de ingresos económicos para el sector.

El impacto del sector turístico en la generación de empleo en la parroquia puede ser bastante halagador ya que esta conectada con la región costa y por otro lado con Loja por la cual pueden beneficiarse directa e indirectamente en actividades relacionadas básicamente con servicios: restaurantes, hoteles, transporte, venta de artesanías, espectáculos, turismo guiado, entre otros.

La generación de empleo será de mayor trascendencia porque se requerirá de guías turísticos capacitados y conocedores del lugar. Además la visita constante de turistas extranjeros permitirá a las pequeñas comunidades aprender nuevos idiomas y funciones para satisfacer las necesidades de los visitantes. Así mismo, el turismo une múltiples actividades como la artesanía, cultura, historia, ecología, economía, con el objetivo de ofrecer una amplia gama de productos y servicios a los turistas.

Según la información de INFOPLAN (2007) de Honorable Consejo Provincial de Loja, en lo que respecta a los Recursos Turísticos en Chaguarpamba, algunos datos principales que son importantes tener en cuenta son:

- a. Orografía:** En el suelo de la parroquia urbana Chaguarpamba, encontramos varios conjuntos de accidentes geográficos, los cuales llegan a formar un verdadero laberinto. Las montañas, unas en hombros de otras, como en franca competencia, se empujan con ansias de alturas y de infinito, prevaleciendo a la postre, las más fuertes y bien denotadas que presentan un relieve irregular sus elevaciones oscilan entre los 2,556 y 600 metros. Entre los accidentes orográficos se encuentra la Cordillera de la Merced y muchas más.
- b. Hidrografía:** La hidrografía es numerosa, entre los afluentes hídricos se encuentran los Ríos Umbalao y Yaguachi, entre otros.
- c. Clima:** Por su ubicación y sus características topográficas, Chaguarpamba cuenta con un clima cálido húmedo. Con temperaturas que oscilan entre 18°C y 24 °C. y una precipitación media anual de 1.229 mm., por ello y gracias a sus características climatológicas podemos encontrar cultivos de tipo serrano y costeño.

Las diversas formaciones de pisos generan dos tipos de clima bien marcados: templado en los pisos altos, y cálido húmedo en los bajos.

En Chaguarpamba se tienen diferentes atractivos naturales que impresionan al visitante y en las cuales las autoridades no le dan el respectivo interés para explotar ese recurso natural que tienen ya que sería bueno fomentar el turismo y por ende tener otras fuentes de trabajo e ingresos para sus moradores.

A continuación detallaremos los principales sitios turísticos que tiene esta fértil tierra de fascinantes y excepcionales paisajes naturales, ya que es el eslabón entre las provincias de Loja y El Oro, es decir, entre la Sierra y la Costa, razón

suficiente para que se constituya en un paraje de descanso y reposo ineludible de todo turista y transeúnte que pasa por esta hermosa tierra.

- ✓ **Balneario El Guineo**: es un balneario natural formado por una blanquecina chorrera y un buen remanso, ubicado en la quebrada Guadúas a pocos kilómetros de la carretera que conduce a la costa.
- ✓ **El Río Pindo**: en el puente interprovincial entre Loja y El Oro está ubicado este sitio turístico muy concurrido, por cuanto el caudaloso río Pindo forma tranquilos vados de fresca y límpida agua que es aprovechada por los turistas lugareños y foráneos que la visitan. Complementan este lugar turístico dos buenos salones de sabrosas y variadas comidas típicas.
- ✓ **Balneario Las Juntas**: ubicado a pocos kilómetros de la parroquia urbana de Chaguarpamba, en la unión de los ríos Ambocas y Saraguallas, aquí se forma un gran remanso que es aprovechado por los bañistas los fines de semana y días de descanso, a más de propiciar el camping bajo las frondosas copas de las plantas de mango, guabo machetón y ciruelos.
- ✓ **El Cerro Surapo**: ubicado al occidente de la ciudad, es un atractivo muy insinuante para la práctica del turismo de montaña; se puede ascender a la cumbre en una caminata de dos horas, por senderos peatonales, desde donde se puede admirar amplios panoramas que solo la naturaleza nos puede brindar.

También tiene sus atractivos turísticos culturales en la cual se encuentra:

- ✓ **Centro histórico**: en el centro urbano se destaca el asimétrico parque a la Madre y su Iglesia Matriz de atractiva construcción arquitectónica; en el cruce de la vía y la calle principal, se levanta el llamativo monumento al trabajador campesino Chaguarpamba.

- ✓ **Petroglifos de Misquillana:** En el caserío de ese nombre, existen dos bloques de piedra plana; el primero de 1.8 m de largo por 1.3 m de ancho, en cuya superficie están excavados tres tacines, son perforaciones que hacían los más antiguos aborígenes paltas, las llenaban de agua y les servían de espejos astrales.

En la segunda piedra de tipo ovoide de 1.5 m de largo por 1.2 m de ancho, se ha grabado mediante línea incisa un ideograma con la figura del sol, cuyos rayos están inferidos por líneas horizontales paralelas, formando cuadros simétricos a manera de planos de ciudades, que hacen al visitante deducir que se tratan de representaciones cósmicas.

- ✓ **Comida Tradicional:** Las comidas típicas que destacan la tradición de elaborar alimentos con productos típicos del sector se destacan: el molloco, el répe y los bocadillos.⁹

En síntesis, estos parajes turísticos y tradiciones no están siendo promocionados, como consecuencia de aquello, la afluencia de turistas es baja o casi nula. En este sentido será necesario que se comience a mirar en la industria turística una oportunidad para generar emprendimientos en la creación de micro empresas dedicadas a la promoción turística y con ello aportar a la generación de empleo.

Con fines de explotación turística se considera que los *petroglifos de Misquillana* pueden significar una importante oportunidad para desarrollar iniciativas empresariales con fines turísticos, ya que a más de ser un lugar agradable, encierra un potencial histórico que puede ser utilizado con fines educativos.

⁹ www.lojanos.com / Cantones

2.5.2 CLASIFICACIÓN DE LOS CULTIVOS

El III Censo Nacional Agropecuario (2002) clasifica a los cultivos en permanentes y transitorios. De acuerdo al periodo de desarrollo del cultivo, permanentes son los que una vez plantados ofrecen cosechas durante un largo tiempo sin necesidad de volver a ser establecidos anualmente; los transitorios son sembrados cada cierto periodo de tiempo (anual, bianual) para que nuevamente den frutos. La superficie dedicada a la producción agropecuaria parroquial Chaguarpamba tiene las siguientes características de uso de suelo de la Unidad de producción agropecuaria (UPA): el 13.8% corresponde a superficie dedicada al cultivo permanentes; 11.6% transitorios, barbecho y descanso; el 47.9% está destinado a pastos naturales y cultivados; el 23.7% a montes y bosques; y 3.0% a otros usos y paramos.

❖ CULTIVOS PERMANENTES

La distribución porcentual de los cultivos permanentes esta el café como el de mayor superficie sembrada, seguido por la caña de azúcar para otros usos y el guineo o banano. El plátano, junto con los cultivos de frutales (naranja, piña, mandarina y mango) ocupa una posición secundaria.

Según datos proporcionados por el Municipio en la parroquia urbana los productos que están dentro de los cultivos permanentes son: Café: 67.8%; Caña: 17.4%; Guineo: 13.2%; Frutales: 1.7%

❖ CULTIVOS TRANSITORIOS:

En la distribución porcentual de los cultivos transitorios se dedican a cultivar dos tipos de productos agrícolas: el maní en el 65.8% de las finas, y un segundo grupo integrado por maíz, arroz criollo, fréjol y yuca (en conjunto 34.2%) que son la base de la dieta alimenticia; debiendo aclarar que la variedad de maíz que se cultiva en

la parroquia es el amarillo, o maíz duro, que se comercializa en mayor proporción para la elaboración de balanceados; sin embargo, los campesinos de la parroquia complementan la alimentación familiar con la dotación de proteína vegetal a base de maní y de carbohidratos como el afamado “arroz criollo” y la yuca.

En cambio en los cultivos transitorios están: Maní: 65.8%; Maíz: 29.0%; Fréjol: 1.6%; Arroz: 2.6%; Yuca: 1.0%

CAPÍTULO III

ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LA PARROQUIA URBANA DE CHAGUARPAMBA

3 ENCUESTA SOCIOECONÓMICA

La encuesta objeto de estudio (ver Anexo Nro. 3), fue elaborada en función del problema principal de nuestro tema de investigación, el mismo que esta formulado en la siguiente interrogante: *¿Son las condiciones socio-económicas de los habitantes de la parroquia urbana Chaguarpamba, las que inciden en la baja creación de microempresas y limitan su aporte a la economía cantonal?*

Para dar respuesta a esta interrogante, es necesario analizar los datos obtenidos de la encuesta, pero antes de ello consideraremos la siguiente descripción metodológica.

3.1 BREVE DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA

En función del objetivo general y específicos planteados, se definieron las áreas temáticas a abarcar en la encuesta: conocer y caracterizar a la población desde sus condiciones socioeconómicas y perspectivas hacia el futuro. Es decir, advertir la situación de las personas y de los hogares según su lugar en la estructura social.

La encuesta fue diseñada como un sistema integrado de indicadores sociales, lo que la caracteriza como una encuesta de objetivos múltiples en la que se abarca temas demográficos, educacionales, económicos, habitacionales, migratorios, y empresariales.

De las 8.532 personas, que es el total de la población del Cantón Chaguarpamba proyectada para el 2008, el 14,39% corresponde al área urbana, por lo tanto, la población de la zona urbana es de 1227 personas. El tamaño de la muestra se determinó con la siguiente fórmula¹⁰:

¹⁰ Jany José; Investigación integral de mercados, 2002. Pág. 153

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| $n = \frac{\delta^2 PQN}{e^2(N - 1) + \delta^2 PQ}$ <p>Reemplazando:</p> $n = \frac{4 (0.5) (0.5) 1227}{0.05^2(1227-1) + 4 (0.5) (0.5)}$ <p style="text-align: center;">n = 301.84</p> | <p>P = Probabilidad de que el evento ocurra Q = Probabilidad de que el evento no ocurra N = Tamaño de la población e = Nivel de error esperado (5%) n = Tamaño de la muestra</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Esto quiere decir, que la muestra para aplicar el instrumento de investigación es de 302 personas, pertenecientes a la población radicada en la parroquia urbana Chaguarpamba.

3.2 RESULTADOS

Los resultados de la Encuesta Socioeconómica (Ver anexo No. 4) se explican a continuación:

3.2.1 DATOS GENERALES

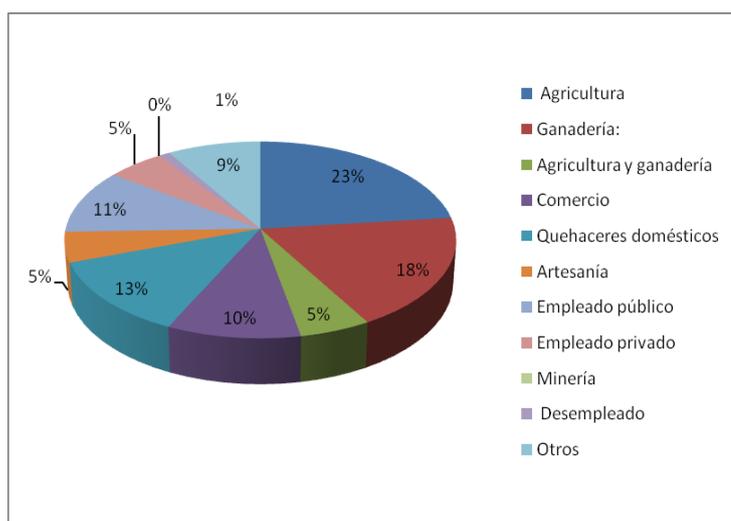
De las cinco preguntas en la encuesta sobre este componente, podemos recalcar como más relevantes los siguientes resultados:

Del análisis de la muestra se obtuvo que un 56% de los encuestados corresponden al sexo femenino, por su disposición de tiempo y permanencia en el hogar, así también, con un 53% la edad en la que fluctúa la muestra está comprendida entre 21 y 40 años, además un 58% fueron de estado civil casado.

Podemos determinar que la ocupación actual de la población objeto de estudio, en gran porcentaje se dedica a la agricultura (23%) y ganadería (18%), esto se debe a que se tiene la materia prima (terreno y animales), además, la práctica de estas

actividades productivas responden a una tradición heredada de generación en generación, tal como se encuentra reflejado en los datos siguientes:

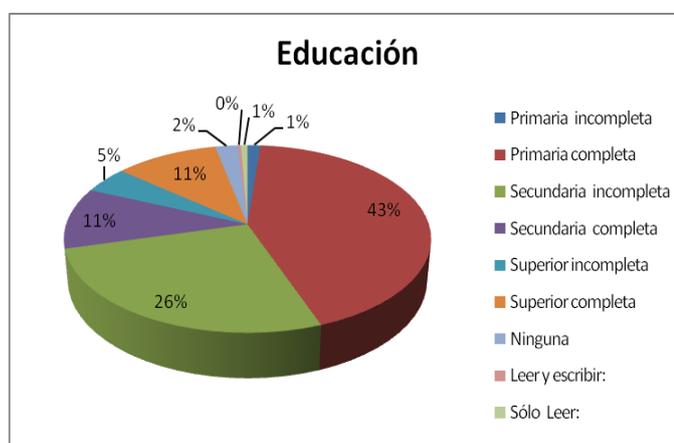
Gráfico Nro. 3
OCUPACIÓN DE LA POBLACIÓN



Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaboración: Las autoras

En relación a la educación, podemos indicar que el máximo nivel de estudio alcanzado por los encuestados, se relaciona con la terminación de la primaria en un 43%, seguido de la secundaria incompleta con un 26% y superior completa en un 11% respectivamente. De acuerdo con la información obtenida por observación directa, los valores porcentuales sobre el nivel de escolaridad se deben principalmente a las siguientes razones: falta de dinero para acceder a los centros de estudio, las actividades productivas son desarrolladas por todos los integrantes de la familia, por lo tanto, requieren de la mano de obra de todos, inclusive de los niños, infraestructura en mal estado, escasez de profesores, razón por la que se han desarrollado en algunos sectores centros educativos unidocentes, desinterés de los padres, sumado a los anterior, no hay centros educativos universitarios; a los que tiene acceso la población se encuentran alejados.

**Gráfico Nro. 2
NIVEL DE EDUCACIÓN**



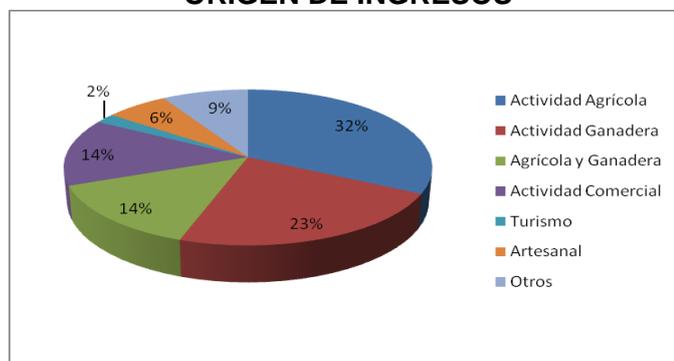
Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaboración: Las autoras

3.2.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA

Los factores que determinan este aspecto, son proporcionados por: la variable actividades que realizan, los ingresos que obtienen y la frecuencia con la que consiguen dichos ingresos.

Con respecto a las actividades principales de donde adquieren los ingresos las personas se derivan que un 32% proviene de la agricultura, un 23% de la ganadería, en un 14% de la actividad Agrícola y ganadera conjuntamente y en un mínimo porcentaje 2% y 6% del turismo y la artesanía respectivamente. Esto en razón de que cada habitante posee una parcela o un animal, debido a su situación de economía de autoconsumo, siendo la principal fuente de trabajo, en lo que respecta al turismo y la artesanía, estas actividades que aun no están muy explotadas en el cantón, teniendo en cuenta que en estos sectores hay mucho potencial por cuanto la zona tiene varios atractivos turísticos. Los resultados obtenidos los observamos en el siguiente gráfico:

Gráfico Nro. 3
ORIGEN DE INGRESOS

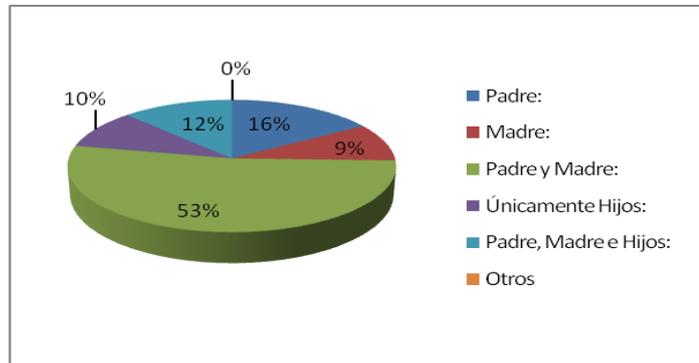


Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaborado: Las autoras

Los ingresos obtenidos de estas actividades, permiten a las familias cubrir sus gastos en alimentación pero no son suficientes para cubrir los gastos de servicios básicos como son: agua, luz, teléfono, etc., como lo manifiesta el 58% de la muestra.

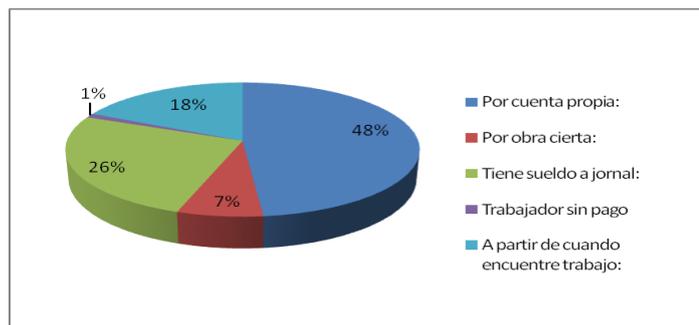
Por otro lado, podemos señalar que los ingresos obtenidos dentro de la familia, se generan en un 53% por el padre y madre, y en forma paralela un 48% asegura que su actividad principal es forjada por cuenta propia, tal como observamos en los siguientes datos:

Gráfico Nro. 4
MIEMBROS QUE GENERAN INGRESOS



Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaborado: Las autoras

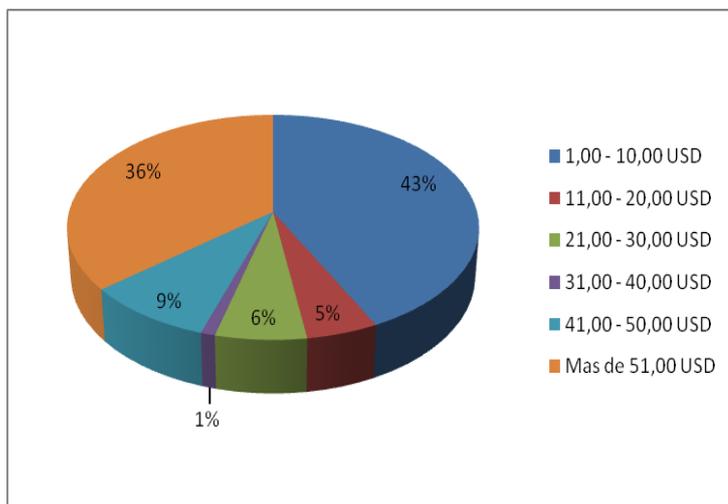
Gráfico Nro. 5
ACTIVIDAD PRINCIPAL



Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaborado: Las autoras

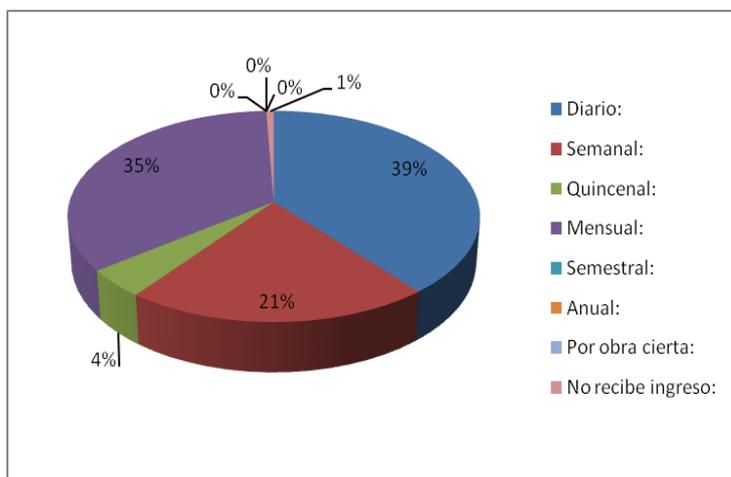
En este mismo contexto, el 43% nos manifiesta que el ingreso que obtienen de la actividad económica realizada, obtiene ingresos que oscilan entre 1,00 a 10,00 USD y un 36% más de 50,00 USD. La frecuencia con la que reciben dicho ingreso son un 39% diario y un 35% mensual.

**Gráfico Nro. 6
NIVEL DE INGRESOS**



Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaborado: Las autoras

**Gráfico Nro. 7
FRECUENCIA DE INGRESOS**



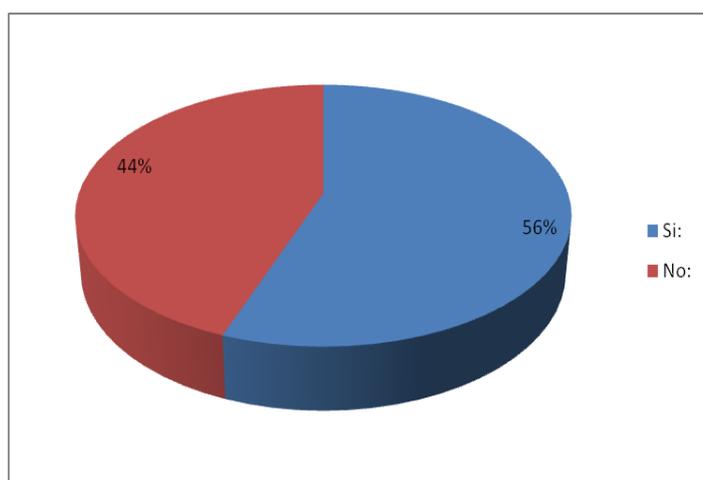
Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaborado: Las autoras

Debido a que en el Ecuador, una fuente de ingresos importante para las familias ha sido las remesas, se indago a la muestra seleccionada sobre el aspecto de la migración dentro y fuera del país de sus familiares, con el fin de determinar si ésta

constituye otro aporte económico, ya que dentro del sector de estudio se nota un alto índice migratorio corroborado con la tasa de población negativa y debido a la búsqueda fuentes de trabajo, capacitación profesional, mejorar la situación económica.

De lo antes indicado, los resultados obtenidos nos indican que el 56% manifiesta que tienen un familiar fuera del país. Los principales destinos son: España (71%), Italia (27%) y Estados Unidos (2%). En tanto que el 44% no tienen familiares en el exterior.

Gráfico Nro. 8
PAÍS DE DESTINO



Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaborado: Las autoras

De alto porcentaje de encuestados, que indicaron que si tenían familiares fuera del país, el 24% de la muestra manifestaron que si reciben ayuda económica de estos familiares y su aporte va de desde los 100 a 200 USD mensuales. Cabe recalcar que un 42% indico que la frecuencia de envío de dinero es mensual, especialmente en los encuestados que indicaron que estaban a cargo de hijos de migrantes, sean estos padres, madres o ambos en la mayoría de los casos. Dichas remesas son utilizadas en su totalidad para gastos del hogar, medicinas e inversión familiar.

Con referencia a la migración interna, debemos destacar que también existe un 71% de la población que cuenta con algún familiar en otras ciudades del Ecuador,

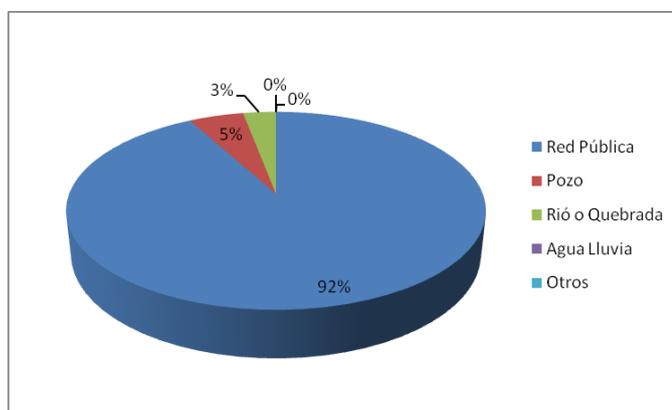
cuyos destinos principales son: Loja con un 33%, Quito con el 27% y Guayaquil con un 30%. Otras ciudades con menor porcentaje son Cuenca y Machala (5%).

Hay que destacar, que un 91% de la muestra indica no recibir ningún tipo de ayuda económica aunque cuenta con familiares en otras ciudades del Ecuador, mientras que un 8% si percibe este tipo de ayuda que oscila entre 100 a 200 USD y son utilizados para gastos del hogar, medicinas, educación y ahorro. Este aporte se debe al igual que en la migración externa, a que las familias encuestadas tienen a su cargo un familiar cercano de dependencia del migrante. (Ver Anexo Nro. 4).

3.2.3 IDENTIFICACIÓN GENERAL DE LA VIVIENDA

Uno de los componentes de mayor importancia en lo que respecta a calidad de vida, es la tenencia de vivienda, de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, a los habitantes de la parroquia urbana de Chaguarpamba se les indago sobre esta necesidad, en lo cual un 63% nos manifestó que posee casa propia y un 9% reside con familiares y un 28% arrienda entre casas, departamentos y cuartos. En concordancia con el alto índice de familias con casa propia, tenemos los siguientes datos con respecto a los servicios básicos con los que cuentan, mismos que se reflejan en los siguientes gráficos:

Gráfico Nro. 9
DONDE OBTIENE EL AGUA PARA CONSUMO



Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaborado: Las autoras

El 92% de los encuestados manifiestan que obtienen agua para el consumo en el hogar a través de la red pública, que es considerada como agua potable. En lo que se relaciona al servicio de luz eléctrica, esta es proporcionada al 99% de la población, esto quiere decir que casi toda la parroquia en el área urbana tiene este servicio. Y con respecto al servicio de telefonía cuyo porcentaje de acceso, es del 45% para telefonía fija es compensado por un 60% que acceden a telefonía celular.

3.2.4 IDENTIFICACIÓN EMPRESARIAL

Retomando los objetivos del presente estudio, es necesario analizar como se ha generado la creación de microempresas y su aporte en la economía cantonal, de las catorce preguntas que se desarrollan en este segmento debemos destacar lo siguiente:

Debido a que la mayoría de la población se dedica a la agricultura y ganadería, sus ingresos son bajos, por lo cual se aporte económico y la poca ayuda institucional son algunas de las causas por la que no se puede observar la creación de microempresas, aspecto que se ve reflejado en que el 77% de la población objeto de estudio no cuenta con un negocio y solamente un 23% si lo tiene, de los pocos negocios existentes el 73% se dedican a actividades de tipo comercial, el 20% de servicios y un 7% en el campo artesanal.

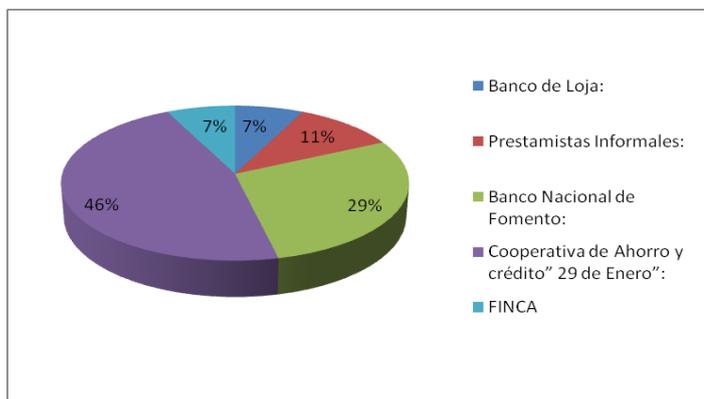
Gráfico Nro. 10
TIPO DE NEGOCIO



Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaborado: Las autoras

Por otro lado, de las personas que han emprendido en alguna actividad, a fin de mejorar sus niveles de ingresos, consideramos que 40% solicitó algún préstamo o crédito a una entidad financiera, tomando en cuenta la Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de Enero, tiene una agencia en este sector es la que ha facilitado la gestión financiera, otro entidad de gran acogida por apoyo al desarrollo microempresarial es el Banco Nacional de Fomento, cuyo aporte es restringido debido a que hasta la fecha de la encuesta no hay una agencia en el sector. (Ver Anexo Nro. 4).

Gráfico Nro. 11
INSTITUCIÓN QUE HA CONCEDIDO CRÉDITOS



Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaborado: Las autoras

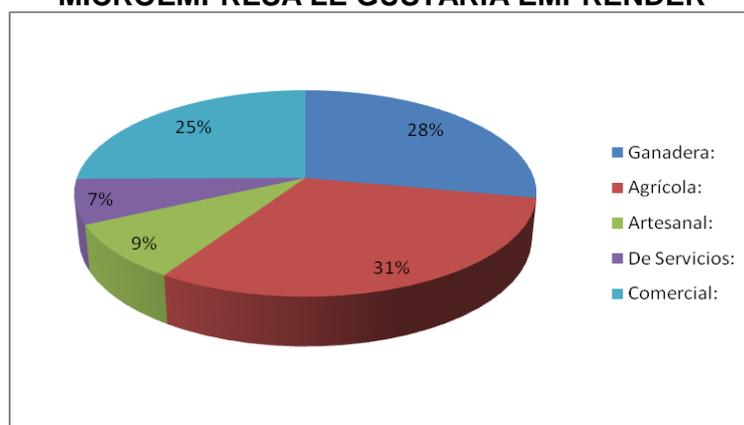
Una vez conocida la situación actual de las microempresas existentes, es necesario conocer algunos aspectos relacionado a la formación de futuros emprendimientos; debido a que mediante la observación directa pudimos determinar el insuficiente y muy limitado desarrollo micro-empresarial en esta parroquia urbana.

De los resultados obtenidos, es necesario indicar que hay algunas iniciativas emprendedoras que merecen atención. Los resultados obtenidos fueron:

Cuadro Nro. 10
INFORMACIÓN MICRO EMPRESARIAL

| Sabe que es Microempresa | Porcentaje % |
|----------------------------------------------------------|---------------------|
| Si: | 53 |
| No: | 47 |
| Conoce de alguna microempresa del sector | Porcentaje % |
| Si: | 25 |
| No: | 75 |
| | |
| Considera importante la creación de microempresas | Porcentaje % |
| Si: | 75 |
| No: | 25 |
| TOTAL: | 100% |
| | |
| Le gustaría ser un microempresario | Porcentaje % |
| Si: | 76 |
| No: | 24 |
| TOTAL: | 100% |

Gráfico Nro. 12
MICROEMPRESA LE GUSTARÍA EMPRENDER



Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaborado: Las autoras

A pesar de que un 67% indica no conocer de alguna microempresa que funcione en este sector, es necesario mencionar que si existen microemprendimientos relevantes, que han motivado a personas del sector, pero por su falta de difusión no son conocidas por todos. Estas son: Asociación Agrícola, Artesanal y Comercial “Amor y Lucha”, Asociación de productores Cafetaleros de Chaguarpamba y Microempresa Jardín (Exportación de café). En el Cuadro Nro. 10 observaremos un ejemplo, de la microempresa conformada por la Asociación de productores Cafetaleros de Chaguarpamba.

Cuadro Nro. 10

ASOCIACIÓN CAFETALERA DE CHAGUARPAMBA

| | |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NOMBRE DE LA EMPRESA: |  |
| LUGAR: | Parroquia urbana Chaguarpamba. |
| EJECUTOR: | Asociación de productores Cafetaleros de Chaguarpamba |
| HISTORIA: | Fue creada el 6 de septiembre del 2005 con 10 socios, su idea para crear dicha asociación fue en vista de que no había ninguna organización y que era necesario agruparse, ya que aisladamente no conseguían apoyo. |
| INICIOS: | Sus inicios comenzaron por la creación de una caja de ahorro la cual empezó con una cantidad de 2.000 dólares, aportadas por el total de socios los mismos que sirvieron para solventar los primeros problemas de la asociación y comenzar con algunos proyectos. |
| ACTUALIDAD: | La asociación en la actualidad tiene como requisito que cada socio aporte con la cantidad de 5.00 dólares mensuales. Cuenta con 46 socios, y el requisito para ingresar a la Asociación es la copia de la cedula y el pago de 11.00 dólares. |
| CAPACITACIÓN: | Siendo el cultivo de café la principal fuente de ingreso que los pobladores tienen, La Asociación ha venido capacitándose sobre el aprovechamiento del suelo, métodos técnicas de cultivar, entre otros, esta capacitación fue con técnicos de la COFENAC, ya que ellos tienen convenios firmados. La intención que tienen es que su producción sea de mejor calidad para que los consumidores valoren el aroma familiar de Chaguarpamba. También han tenido capacitación del Consejo Provincial, Asociación Nacional de Productores de Café (ANECAFE), Corporación PL 480-USDA, Comisión extranjera del café (CFC), Universidad Nacional de Loja, Municipio de Chaguarpamba (ayuda con maquinaria). |
| PRODUCCIÓN: | Cultivo: La siembra de Chaguarpamba se da desde varios años como única fuente de ingresos que los pobladores tienen. Desde diciembre los agricultores comienzan a preparar los semilleros, enfundar el café y esperar el invierno que comienza desde enero para sembrar el café cereza. “esta semilla nos brinda excelente calidad en aroma y sabor”, luego deben cuidar por cinco meses la cosecha para que ninguna plaga caiga sobre la plantación y desde |

| | |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>junio empiezan a recoger entre cuatro a cinco quintales por hectárea. Después de cosechar lo despulpan y hacen fermentar entre 12 a 14 horas, luego lo lavan y es colocado al sol durante 40 horas cuidadosamente para evitar que se estropee el pergamino; inmediatamente lo sacan a vender en ferias libres de Chaguarpamba y en otros cantones de a provincia. El costo del quintal de café convencional es de \$80,00, mientras que el café orgánico cuesta \$150,00. De los recursos que cada uno consigue destinan un porcentaje a la Asociación para iniciar la compra de equipos que permitan un despulpado correcto del café.</p> |
| OBJETIVOS: | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Reunir a los productores de café y organizarse para conseguir el apoyo necesario por parte de los organismos de desarrollo. ➤ Lograr la compra de equipos que faciliten un despulpado correcto del café cosechado, para ello destinan un porcentaje de sus ventas. ➤ Alcanzar una producción de calidad y en cantidad apropiada para exportar hacia mercados europeos, principalmente. |

Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008

Elaborado: Las autoras

Otra importante microempresa generada en el sector es del proyecto “Crianza de Gallinas para la producción de Huevos Criollos para la Parroquia Buenavista” del Cantón Chaguarpamba.

Cuadro Nro. 11

JUNTA PARROQUIAL DE BUENAVISTA

| | |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NOMBRE DE LA EMPRESA: |  |
| LUGAR: | Parroquia rural Buenavista |
| EJECUTOR: | Asociación de 40 familias del sector |
| HISTORIA: | Desarrollar una asociación de familias dedicadas al manejo de la producción de gallinas criollas, con el fin de producir huevos criollos, la comercialización y distribución de productos. |
| INICIOS: | Sus inicios comenzaron por la creación de una caja de ahorro la cual empezó con una cantidad de 2.000 dólares, aportadas por el total de socios los mismos que sirvieron para solventar los primeros problemas de la asociación y comenzar con algunos proyectos. |
| ACTUALIDAD: | El proyecto fue creado y administrado por la Junta Parroquial de Buenavista en convenio con el MIES-IEPS. El monto del convenio fue de 73.430,00 dólares de los cuales EL IEPS aportó 27.070,00 dólares y la Junta Parroquial de Buenavista con los participantes 46.360,00; estas sumas comprenden materia prima, mano de obra, insumos y demás. |

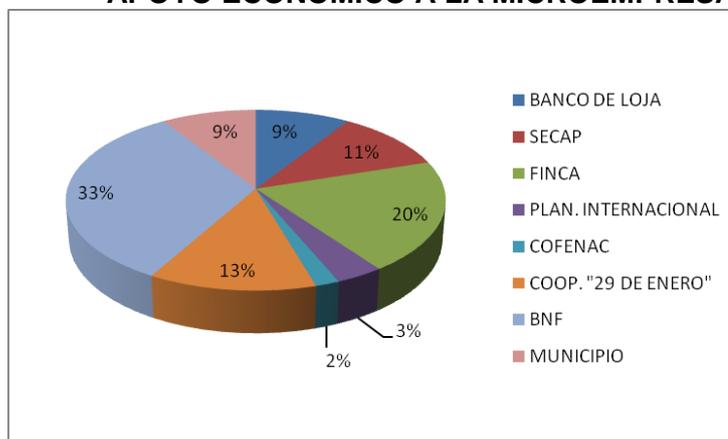
| | |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DURACIÓN: | 8 meses |
| PRODUCCIÓN: | El trabajo es realizado por miembros de las familias socias en función de completar y complementar la cadena productiva, la organización comunitaria, los aspectos técnicos de manejo de la producción de gallinas criollas para la producción de huevos criollos y la comercialización asociativa, base de la producción y posterior distribución de productos. |

Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008

Elaborado: Las autoras

Estos ejemplo de asociación nos permiten poner en evidencia necesidad de la generación de microempresas en el sector y que el principal obstáculo es la falta de recursos económicos, pues como el 68% de la muestra encuestada menciona que NO tendrían alguna ayuda por parte de instituciones, mientras que un 32% dice que Si y que su mayor apoyo estaría en el Banco Nacional de Fomento con un 33% por los créditos 555 impulsados por el gobierno, otra fuente es la institución financiera FINCA con el 20%. En el Anexo Nro. 5, encontrará mayores detalles de algunas instituciones de apoyo para este sector.

Gráfico Nro. 13
APOYO ECONÓMICO A LA MICROEMPRESA

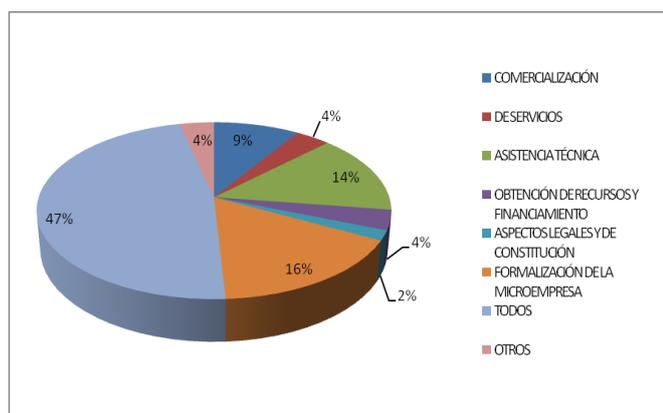


Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008

Elaborado: Las autoras

De los encuestados que indicaron su disposición a ser microempresarios, se trató de indagar su disponibilidad para capacitarse obteniendo un 73% de aceptación y entre los temas de instrucción necesarios para iniciar su microempresa, ellos indican en un 47% que necesitan una formación integral, como se evidencia en el gráfico siguiente.

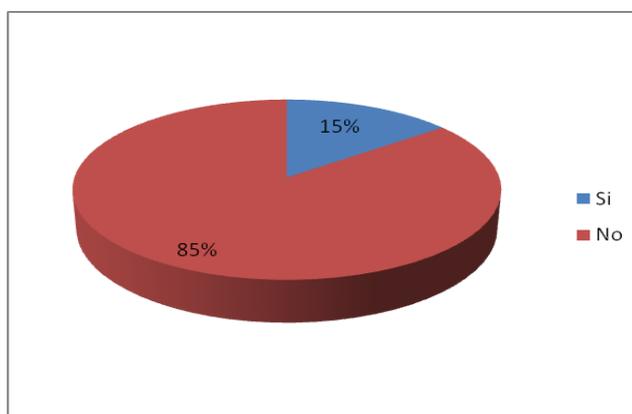
Gráfico Nro. 16
TEMAS PARA CAPACITACIÓN



Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaborado: Las autoras

Tomando en cuenta esta importante información para la generación de futuras microempresas, y en base a los problemas y necesidades del sector que los encuestados enfrenta, se indago si ellos han concebido una idea para la generación de una microempresa, obteniendo los siguientes resultados:

Gráfico Nro. 17
IDEAS DE EMPRENDIMIENTO



Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaborado: Las autoras

Hay 12 encuestados que indicaron tener una idea para la generación de una microempresa, este será nuestro capital semilla de recurso humano, con el fin de incubar ideas de negocios para formar la propuesta del capítulo siguiente.

CAPÍTULO IV

GESTIÓN MICROEMPRESARIAL

4 ANÁLISIS DE INICIATIVAS MICROEMPRESARIALES A IMPLEMENTARSE

4.1. ANTECEDENTES

El análisis de la información recopilada en la presente investigación, permite aseverar que es factible desarrollar iniciativas microempresariales en el cantón Chaguarpamba, pues cuenta con la predisposición de la población, organismos de apoyo y recursos naturales, elementos necesarios para emprender en procesos de creación de microempresas, con el propósito de impulsar el sector y generar empleo.

La presente propuesta involucra inicialmente a las 12 familias que nos indicaron tener una idea para generar su propia microempresa, con el fin de desarrollar agrupaciones o pequeñas asociaciones, que nos permitirán a futuro tener un antecedente de los cambios que se generan cuando se aplica la iniciativa privada con el deseo y voluntad de emprender a fin de impulsar económicamente un sector considerando sus propias capacidades y limitaciones.

En razón de los resultados obtenidos en la encuesta que indican la necesidad de capacitación para iniciar cualquier tipo de emprendimiento, es necesario el acompañamiento de profesionales y técnicos que apoyen en la elaboración del respectivo proyecto y la gestión ante el organismos competentes para conseguir financiamiento y el apoyo que permita la ejecución del mismo.

El seguimiento y control corresponderá al área de Gestión del Municipio, así como la rendición de cuentas por parte del emprendedor ante el organismo que otorgó la ayuda económica.

4.2. CUADRO PROYECTIVO DE INICIATIVAS MICROEMPRESARIALES

De acuerdo a los análisis obtenidos en el Capítulo III, debemos mencionar que dentro del tipo de microempresas que les gustaría emprender a la población urbana de la parroquia de Chaguarpamba es en: 31% en agricultura, 28% en ganadería y un 25% en el sector comercial. Estos resultados se deben a que la población está familiarizada con las actividades productivas porque poseen terrenos y ganado suficiente para hacer de esta actividad su principal fuente de ingresos, además poseen los conocimientos (aunque empíricos) para realizarla.

Cuadro Nro. 12

POTENCIALES EMPRENDIMIENTOS

| Tipo de microempresa a emprender | Porcentaje % |
|----------------------------------|--------------|
| Ganadera: | 28 |
| Agrícola: | 31 |
| Artesanal: | 9 |
| De Servicios: | 7 |
| Comercial: | 25 |
| TOTAL: | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008

Elaborado: Las autoras

Tomando en consideración la información de la última pregunta de la encuesta, en la cual, se tiene una idea para emprender tenemos un 22% de los encuestados que serán el punto de partida para la gestión empresarial.

Cuadro Nro. 13

IDEAS DE EMPRENDIMIENTOS

| <i>Tiene usted una idea que le gustaría poner es marcha para iniciar su propia microempresa</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Si | 12 |
| No | 43 |
| Total | 55 |

Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008

Elaborado: Las autoras

Se solicitó la colaboración de los encuestados a fin de que nos indique cuales son sus ideas de negocios en función de su propia realidad, ubicación y recursos; y a la vez sean partícipes del proyecto. Estas son:

Cuadro Nro. 13
IDEAS DE EMPRENDIMIENTOS

| <i>FAMILIAS</i> | <i>Emprendimiento</i> |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| AGILA LAPO | Bocadillo, Producción y comercialización |
| ENCALADA MALDONADO ENCALADA ROMERO | Elaboración y comercialización de Muebles |
| ESPINOZA ANDRADE | Implementación de una Hostería |
| HIDALGO CHAMBA PALADINES RIVERA | Implementación de una funeraria |
| LARGO MACHUCA LARGO MORA LARGO ROBLES | Centro de Acopio y distribución de productos agrícolas |
| OCHOA LOYOLA | Implementación de una Cyber café |
| SARITAMA CARRERA | Implementación de un Hotel |
| TORRES HIDALGO | Implementación de un frigorífico |

Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008
Elaborado: Las autoras

4.3. PLAN DE CREACIÓN DE MICROEMPRESAS

La propuesta para la creación de microempresas sustentables en comunidades pobres como la que se encuentra en análisis, se basa en un conjunto de pasos que se describen a continuación:

1. Apoyo a los emprendedores que han aceptado integrar el proyecto, y que indican tener un propósito de negocio viable
2. Capacitación y asesoramiento para constituir y desarrollar su negocio.
3. Presentación del proyecto a entidades públicas y privadas del sector, por parte de los emprendedores con el fin de obtener recursos para su inicio, para la puesta en marcha del emprendimiento
4. Ejecución del emprendimiento
5. Seguimiento de los emprendimientos.

Cabe indicar que el Municipio de Chaguarpamba será el encargado de ejecutar y dar seguimiento al Plan de creación de Microempresas y sobre la base de estos parámetros, a los “emprendedores” aprobados, se les dará un pequeño aporte de capital semilla, un curso de formación emprendedora, entrenamiento en gestión empresarial, componentes integrales de la estrategia de creación propuesta hasta la puesta en marcha. La ejecución de los proyectos será constantemente evaluada en forma bipartita por parte del Municipio y de los autores de la presente tesis.

4.3.1. APOYO A LOS EMPRENDEDORES

Todo ser humano es emprendedor: actúa para satisfacer sus requerimientos, sin embargo se observa que hay sujetos que generan un comportamiento más eficaz que otros en el logro de sus objetivos y en la calidad de sus acciones, por ello los denominamos “más emprendedores” ¹¹.

Uno de los principales problemas a los que se enfrenta los emprendedores generalmente, es el no querer decir sus ideas, puesto que se las pueden sustraer, en este sentido este proyecto en su primera instancia pretende apoyar al microempresario con el fin de que sus ideas sean analizadas y estudiadas hasta determinar su viabilidad, si esta es sustentable pasará al siguiente nivel, caso contrario, si el emprendedor desea iniciar otra diferente, nuevamente se cambiara la idea o mejorara la anterior.

Otro soporte que recibirá es la capacitación y análisis previo para identificar si su idea es viable en este sentido, las ideas de emprendimiento antes indicadas se plantean en forma empírica haciendo las siguientes observaciones:

1. En el anexo 2, se describen los tipos y cantidad de establecimientos comerciales de la parroquia Chaguarpamba, en la se puede afirmar que algunos

¹¹ Roberth Christens: Fundación Miguel Kast. Metodología para la creación de microempresas CREAME. Pág 8. en <http://www.microfinanzas.org/uploads/media/1263.pdf>

de los emprendimientos indicados no están en el mercado. Por lo tanto existe la necesidad de los mismos.

2. Todas las ideas de negocios tienen una base de conocimiento (empírico) por los interesados.
3. Existen diversidad de recursos tanto naturales, humanos y económicos que pueden ser aprovechados.
4. Existe un compromiso a invertir recursos para sacar adelante el emprendimiento, en este sentido los recursos disponibles son:

Cuadro Nro. 14
IDEAS DE EMPRENDIMIENTOS

| <i>FAMILIAS</i> | <i>EMPRENDIMIENTO</i> | <i>RECURSOS</i> |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AGILA LAPO | Bocadillo, Producción y comercialización | Conocimientos de la elaboración del bocadillo, y materia prima de fácil obtención. |
| ENCALADA MALDONADO ENCALADA ROMERO | Elaboración y comercialización de Muebles | Conocimientos del tratamiento de la madera, fabricación de muebles, y materia prima de fácil obtención. |
| ESPINOZA ANDRADE | Implementación de una Hostería | Terreno calificado para la actividad |
| HIDALGO CHAMBA PALADINES RIVERA | Implementación de una funeraria | Alianza estratégica para la obtención de los cofres, lugar para la instalación |
| LARGO MACHUCA LARGO MORA LARGO ROBLES | Centro de Acopio y distribución de productos agrícolas | Lugar para instalación, la facilidad de la obtención los productos. |
| OCHOA LOYOLA | Implementación de una Cyber café | Conocimientos técnicos necesarios |
| SARITAMA CARRERA | Implementación de un Hotel | Alianza estratégica para la obtención de los conocimientos necesarios. |
| TORRES HIDALGO | Implementación de un frigorífico | Disponibilidad de materia prima tratada en el camal municipal, lugar para la instalación |

Fuente: Encuesta aplicada en Chaguarpamba, Marzo/2008

Elaborado: Las autoras

5. Se pueden establecer alianzas estratégicas en todos los casos, especialmente para la especialización tecnológica.

De las ocho ideas de emprendimiento indicadas, dos de ellas de acuerdo al planteamiento indicado no son sostenibles a largo plazo, estas son la Producción y comercialización del bocadillo, pues se trata de un producto artesanal que es realizado por muchas familias en la zona por lo cual tendría que buscar mercados externos y cambiar las características físicas de presentación y durabilidad para lo cual no el emprendedor no esta dispuesto, por otro lado la Implementación de la

funeraria, a pesar de no existir ningún negocio similar las personas del sector cuentan con los apoyo de instituciones de servicio social, son limitados los casos en los cuales se contrata este servicio, por lo cual no sería rentable económicamente.

Por otro lado, en caso de hacerse una reedición del proyecto es estudio, la selección de empresarios se la podría realizar mediante un concurso o en base a nuevas ideas empresariales presentadas. En el Anexo Nro. 7, se presenta un modelo de encuesta que permitirá valorar una idea de emprendimiento. Una vez determinada a priori la viabilidad del proyecto, se pasara al siguiente paso.

4.3.2. CAPACITACIÓN EMPRENDEDORES

En lo que se refiere a la capacitación a los emprendedores, otro componente importante de la presente propuesta, se debe considerar todas sus necesidades, que de acuerdo a la encuesta esta debe ser integral, debido a la falta de conocimiento especializado por parte de la población. Sin embargo, por tratarse de una propuesta para incentivar la gestión empresarial en pos de lograr el desarrollo sustentable para las familias que habitan en esta parroquia urbana, se sugieren las siguientes temáticas.

Cuadro Nro. 15
TEMÁTICAS DE CAPACITACIÓN

| ÁMBITO | OBJETIVOS | TEMAS |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Empresa y Familia | Incluir a la familia dentro del contexto empresarial] | 1. La empresa y el individuo 2. La empresa y el entorno Inmediato. 3. La empresa y la comunidad 4. La microempresa y sus desafíos |
| Mercadeo | Enseñar el funcionamiento del mercado, y entender técnicas de mercadeo | 1. Investigación del mercado 2. Técnicas de mercadeo. |
| Costeo y adquisición | Entender y calcular los costos del negocio y cotización de productos | 1. Costeo 2. Adquisiciones y Cotización |
| Planeamiento del negocio | Conocer la elaboración de un plan de negocios | 1. Los pasos de planeación 2. Las ventajas de asociarse |
| Formalización del | Conocer los requisitos legales | 1. Pasos a seguir para la |

| negocio | para iniciar la microempresa | formalización |
|---------------------|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Registros Contables | Entender la importancia de los registros contables en su negocio | <ol style="list-style-type: none"> 1. Registro de Ingresos y Gastos 2. Registro de clientes y cuentas por cobrar 3. Registro de pedidos y aprovisionamiento |
| Análisis Financiero | Enfatizar en una administración financiera adecuada. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Rentabilidad, Financiamiento, ahorro y crédito |

Fuente: Elementos de Gestión Microempresarial para Microempresas, Organización Internacional del Trabajo OIT,
Elaborado: Las autoras

Cada una de las temáticas propuestas se basa en los conocimientos previos de los emprendedores por lo cual su avance será gradual y sistemático, desde la perspectiva del emprendedor vinculándolo poco a poco al mundo empresarial.

Con la finalidad de dar una mayor viabilidad a estas ideas, en el Anexo Nro. 9 se presenta un formato de apoyo para las capacitaciones, en el Anexo Nro. 11 se brindan algunas pautas, con el método de los 4 pasos en la cual nos indica cómo se debería organizar las capacitaciones.

Una vez que las capacitaciones se hayan llevado a cabo los emprendedores estarán en capacidad de contestar el Anexo 10, en el cual se encuentra un perfil de cómo elaborar un proyecto; el cual será similar al plan de negocios a desarrollar y a ser presentado al municipio. Esto como un ensayo preliminar de que ha obtenido los conocimientos necesarios.

4.3.3. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

4.3.3.1. INDICADORES DE GESTIÓN

Los indicadores de gestión en este proyecto, nos permitirán avanzar sincronizadamente, con el fin de que todos los involucrados trabajen en forma paralela, estos son:

Cuadro Nro. 16
INDICADORES DE GESTIÓN

| Líneas de Acción | Objetivos | Metas | Responsables | Tiempo de Ejecución | Indicadores de Gestión |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Contacto con Instituciones, ONG's y empresas | - Lograr la participación y apoyo para la creación del Capital Semilla como también para las capacitaciones | - Buscar contactos - Crear alianzas - Seguimiento y/o ejecución de las alianzas | Autoras la tesis Área de Gestión (I.M.CH) | Todo el año | <ul style="list-style-type: none"> • Contactos establecidos • Contactos x establecer |
| Capacitación | - Capacitar a los participantes | Prepararlos en ámbitos de: gestión, Empresarial,. | Autoras la tesis Área de Gestión (I.M.CH) | Enero/ Febrero / Marzo | <ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones efectuadas • / Total de Capacitaciones a efectuarse • Evaluación de las capacitaciones |
| Gestión de Microempresas | - <i>Ejecución de los proyectos</i> - <i>Dar seguimiento y evaluación a los proyectos</i> | Mejorar la calidad de vida de los habitantes. Verificar que los proyectos se ejecuten y alcanzar los objetivos planteados | Área de Gestión (I.M.CH) | <i>Junio</i> <i>Julio 2009 / Junio 2010</i> | <i>N.- Proyectos ejecutados/ N.- Proyectos a ejecutarse</i> <i>N.-de evaluaciones ejecutados/ N.- total de evaluaciones a ejecutarse</i> |

Fuente: Estudio realizado
Elaborado por: Las autoras

4.3.3.2. ÁREA DE GESTIÓN

Para la realización de este propósito, el I. Municipio de Chaguarpamba, será uno de los actores principales, para ello deberá contar con un departamento o área de gestión la cual estará exclusivamente a su cargo, y servirá para que las personas

interesadas obtengan una información clara y precisa de lo que se pretende realizar, de igual manera se asesorará, capacitará, evaluará, etc., a las personas que estén interesadas en este proyecto de creación de microempresas.

La divulgación de este proyecto hará, que el área de gestión y área de fomento productivo o desarrollo social, puedan implementar hasta 6 microempresas en el transcurso del primer año. Estas áreas tendrán a su cargo entre otras funciones las siguientes:

- Buscar contactos y establecer alianzas con Instituciones públicas y privadas, ONG's, fundaciones y otras organizaciones para la aportación del capital semilla (donaciones de dinero), y crear un fondo para la creación de futuras microempresas.
- Realizar capacitaciones en convenio con otras Instituciones como el SECAP, Cámara de Comercio, Universidades, ONG,s; en temas relacionados a la microempresa.
- Apoyar a los emprendimientos que presenten un sustento viable para su realización.
- Realizar el seguimiento y control de los proyectos que han sido conseguido el apoyo.

El organigrama estructural del Área de Gestión estaría conformado de la siguiente



manera:

A continuación, una descripción general de las principales funciones a realizar con respecto a los emprendedores:

DIRECTOR GENERAL

Será el encargado de:

- Conducir la gestión y marcha administrativa del Área,
- Buscar contactos y concretar alianzas con Instituciones públicas y privadas, ONG's, fundaciones y otras organizaciones para la aportación del capital semilla (donaciones de dinero).
- Realizar convenio con otras Instituciones como el SECAP, Cámara de Comercio, Ministerio de Agricultura.

ASESORÍA JURÍDICA

- Asesorar legalmente a todos los niveles administrativos del Área cuando lo requieran.
- Apoyar a los microempresarios en la formalización de la microempresa

CAPACITACIÓN

Será responsable de:

- Planificar, ejecutar y evaluar procesos de capacitación.
- Seleccionar el mejor recurso humano para que efectúe las tareas de capacitación.
- Verificar la calidad, congruencia y pertinencia del material de capacitación a utilizarse.
- Proporcionar los materiales y equipos necesarios para realizar los procesos de capacitación.
- Evaluar los procesos de capacitación.

SEGUIMIENTO Y MONITOREO

Sus principales funciones serán:

- Verificar la correcta utilización de los recursos por parte de los beneficiarios del los proyectos.
- Verificar el cumplimiento de avances, de acuerdo al cronograma establecido para cada proyecto seleccionado.

PROMOCIÓN Y DESARROLLO

Sus principales funciones serán:

- Establecer convenios con cámaras y grupos de productores.
- Proporcionar a los potenciales clientes la información que requieran respecto del servicio que oferta el Área de Gestión Municipal.
- Asesorar y encaminar el trámite del cliente
- Mantener un constante seguimiento de los potenciales emprendedores
- Estar pendientes de la creación de nuevas empresas e industrias
- Informar y asesorar al potencial emprendedor

4.3.3.3. PROPUESTA:

El formato a ser presentado por parte de los emprendedores al Municipio, previo a la aprobación del mismo, y con ello lograr un apoyo integral será el siguiente:

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. TÍTULO:

1.2. ACTIVIDAD A DESARROLLAR: (señale sólo uno)

- Comercial []
- Manufactura []
- Servicios []

- Otros []

1.3. AREA PRINCIPAL DE IMPACTO (Marque con una X el área en la que se enmarca el proyecto)

| | | | | | | |
|--------------|---------------------|----------|---------|-------------|-------|----------------|
| AGROPECUARIA | PESCA Y ACUICULTURA | FORESTAL | MINERÍA | MANUFACTURA | CUERO | OTRO (indicar) |
| | | | | | | |

1.4. DURACIÓN DEL PROYECTO: _____ MESES

2. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROPONENTES DEL PROYECTO

Nombre:.....
 Dirección:.....
 Teléfono:

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO:

2.1. Objetivo General del Proyecto

2.2. Objetivos Específicos

4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:

Haga una exposición sintética del proyecto que incluya el planteamiento del problema que se desea resolver o la oportunidad que se espera desarrollar y aprovechar, indicando su pertinencia económica, productiva y técnica a corto y mediano plazo. En qué medida piensa modificar la situación actual de los beneficiarios directos del proyecto de modo de permitirles capturar los beneficios e impactos económicos que se esperan del mismo.

5. PRESUPUESTO GENERAL POR RUBROS (US\$):

| Rubros | Valores \$ |
|--------------------------------------------------|------------|
| Recursos Humanos | |
| Capacitación | |
| Equipos | |
| Materiales e insumos | |
| Promoción y difusión | |
| Estudios preliminares | |
| Seguimiento, Monitoreo y Evaluación del Proyecto | |
| TOTAL(US\$) | |

Debido a que este formato se presentará luego de la capacitación, los emprendedores estarán en la capacidad de dar respuesta en forma precisa a estos interrogantes, por otro lado se les brindara el apoyo técnico para la presentación de los 6 planes de negocio al municipio.

4.3.3.4. Redes de apoyo socioeconómico: soporte para la viabilidad

Dentro de la Área de Gestión del Municipio, Una vez identificada y aprobada la propuesta de los emprendedores, se evalúan aspectos críticos de su entorno social y familiar para constatar quien tiene más condiciones para sustentar su iniciativa, garantizado apoyar a los más habilitados y así, generar un mayor retorno social de la inversión, evitando que muchas donaciones se pierdan.

Cuadro Nro. 16
LAS VARIABLES CRÍTICAS ASOCIADAS A LA SUSTENTABILIDAD SON:

| VARIABLE | NIVEL DE PONDERACIÓN | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---|---|
| | 1 | 2 | 3 |
| El nivel de apoyo con que cuente el emprendedor de su familia o amigos, expresado en dinero, especies, herramientas, etc.; | | | |
| El nivel de salud y acceso a un sistema para su protección; | | | |
| Que el negocio que sea potencialmente la principal fuente de ingresos para la familia; | | | |
| Que el ingreso familiar actual permita financiar los gastos para cubrir las necesidades básicas de sobrevivencia. | | | |

Fuente: Estudio realizado
Elaborado por: Las autoras

El mayor puntaje (12) correspondería a aquel emprendedor cuyo entorno presenta mayor viabilidad respecto de su idea de emprendimiento y el cual de alguna manera da mayor seguridad respecto de que el proceso iniciado pueda concluirse.

Si el individuo cuenta con este respaldo puede reinvertir las eventuales ganancias del negocio y capitalizarlo, ello es importante hacerlo el primer año de vida, ya que este es el período más crítico para su supervivencia: tiene que aprender a manejarse en el mercado, consolidarlo, estabilizar las ventas y lograr capacidad financiera para resistir problemas de caja momentáneos.

4.4. ACTIVIDADES Y CRONOGRAMA.

El proyecto piloto contempla el plazo de un año para crear 6 microempresas en la Parroquia Urbana de Chaguarpamba. Las actividades a realizarse son:

**Cuadro Nro. 17
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO**

| ACTIVIDAD | DURACION | 2008 | | | | | | 2009 | | | | | | | | | | 2010 | | | | |
|--------------------------------------------|----------|------|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|---|
| | | JUL | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC | ENE | FEB | |
| SOCIALIZACION DEL PROYECTO | 3 meses | x | x | x | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Busqueda de Fondos de capital semilla | año | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | | | | | | | | | |
| CAPACITACION | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Empresa y Familia | 10 horas | | | | | | | x | | | | | | | | | | | | | | |
| Mercadeo | 15 horas | | | | | | | x | | | | | | | | | | | | | | |
| Costeo y adquisición | 20 horas | | | | | | | x | | | | | | | | | | | | | | |
| Planeamiento del negocio | 15 horas | | | | | | | | x | | | | | | | | | | | | | |
| Formalización del negocio | 15 horas | | | | | | | | x | | | | | | | | | | | | | |
| Registros Contables | 20 horas | | | | | | | | x | | | | | | | | | | | | | |
| Análisis Financiero | 20 horas | | | | | | | | x | | | | | | | | | | | | | |
| PRESENTACION DE LA PROPUESTA | | | | | | | | | | | x | | | | | | | | | | | |
| Evaluación del Proyecto | mes | | | | | | | | | | | | x | | | | | | | | | |
| Selección de Proyectos (8) | | | | | | | | | | | | | x | | | | | | | | | |
| Entrega del Capital Semilla | | | | | | | | | | | | | | x | | | | | | | | |
| EJECUCION DE PROYECTOS | | | | | | | | | | | | | | | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Seguimiento y Evaluación a los 8 proyectos | año | | | x | | | | x | x | | x | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |

Fuente: Estudio socioeconómico realizado

Elaborado por: Las autoras

Una vez que logran consolidar el emprendimiento es decir, que obtienen un nivel significativo y estable de ventas que le permiten financiar las necesidades de operación de su negocio, un retiro o renta para financiar los requerimientos de la familia y además generar uno o dos puestos de trabajo remunerados, es posible verificar y cuantificar el alto impacto en la calidad de vida del emprendedor y su grupo generada por la creación y sustentabilidad de la microempresa. Entre otros indicadores de impacto se destacan:

- Ingresos estable y de mejor calidad al que podrían obtener como empleados
- Generación de puestos de trabajo remunerados
- Mayor confianza y seguridad para proyectarse en el mercado
- Aumento de sus expectativas de desarrollo
- Mejoramiento del consumo e inversiones en el hogar
- Aporte de más riqueza y valor agregado a la economía local: pago de impuestos, nuevos productos y servicios, mayor flujo de capital, etc.

5. COSTOS, FUENTES Y MECANISMOS DE FINANCIAMIENTO

El costo del proyecto para la cobertura de creación de 6 microempresas, las cuales comprenden los siguientes componentes y valores. Cabe indicar que estos valores no son definitivos porque el Municipio podrá modificarlos de acuerdo a su análisis.

Cuadro Nro. 17

| ÍTEM | VALORES | OBSERVACIONES |
|---------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| - Aporte capital semilla (Créditos no reembolsables) | 120.000 dólares | El capital semilla se inicia con ese monto, pero se seguirá recaudando todo el año. |
| - Costo por las Capacitaciones | \$ 5,00 por la inscripción del | Para el pago por las capacitaciones se tiene previsto que una parte apoye el municipio 50% y el otro 50% será de las recaudaciones de |

| | | |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | proyecto | las inscripciones |
| - Valor por cada Proyecto | Monto Máximo: \$25.000 dólares Imprevistos: \$20.000 dólares | Este monto será el máximo que se tiene previsto entregar a cada proyecto, de igual forma se tiene un monto para cualquier imprevisto que se presente. |
| - Presupuesto de los Proyectos | | Aquí depende de cada proyecto porque sus presupuestos variaran de acuerdo a la propuesta que realicen |

Fuente: Estudio socioeconómico realizado

Elaborado por: Las autoras

- **Fuentes de Financiamiento:**

El financiamiento de este tipo de proyecto puede obtenerse por distintas fuentes como son:

1. Créditos no reembolsables de Organismos Internacionales
2. Aporte de la empresa privada y pública;
3. Aportes de embajadas.
4. Organizaciones, Ong's, Fundaciones, etc.
5. La Corporación Financiera Nacional (CFN)
6. Banco Nacional de Fomento

Otras fuentes de financiamiento alternativas son:

- El Ministerio de Bienestar Social (MBS)
- La Fundación Huancavilca

- El Centro de Promoción y Empleo para el Sector Informal Urbano

Mayor detalle de estas fuentes de financiamiento se encuentra en el Anexo Nro. 8.

CONCLUSIONES

Al finalizar la presente investigación y sobre la base de los resultados obtenidos, podemos concluir lo siguiente:

1. El cantón Chaguarpamba posee una ubicación geográfica estratégica, que permite la integración comercial entre la provincia de Loja y El Oro, posee un clima agradable que propicia a las actividades turísticas, y es favorable para la agricultura y la ganadería;
2. El 43% de la población ha concluido la formación primaria, un 11% ha concluido la instrucción secundaria; y solo un 11% tiene formación superior completa, que nos permite identificar que en el sector hay una escasa preparación académica.
3. La mayor fuente de ingresos proviene de las actividades agrícolas (32%) y ganaderas (23%); sin embargo, el 53% de la población afirma que los ingresos obtenidos de estas actividades no son suficientes para cubrir los gastos básicos.
4. Sus ingresos diarios están en el rango de 1 a 10 dólares lo cual representa un ingreso semanal promedio de 50 dólares y mensual de 200 dólares, valor que está muy por debajo de la canasta básica nacional promedio que es de US \$ 513,27, y la canasta vital nacional que es de \$360,89.
5. Si bien el 56% de las familias tienen un familiar en el extranjero, pero las remesas enviadas por ellos, no son empleadas en la reactivación económica, sino que su uso es solventar los gastos familiares.
6. De las personas que tienen un negocio, el 40% han sido sujetos de crédito, y las principales instituciones financieras ha facilitado recursos son CAC "29 de Enero" seguida del Banco Nacional de Fomento.
7. El 23% de los habitantes tienen negocio propio, de ellos un 73% se dedica al comercio, 20% a servicios y el 7% a la actividad artesanal.

8. El 90% de la población urbana, cuentan con todos los servicios básicos, así mismo el 63% tienen casa propia, por lo que el déficit habitacional es inferior al nivel regional
9. La población de Chaguarpamba mantiene un bajo nivel de vida derivado de los bajos ingresos económicos que obtienen de sus actividades agrícolas y ganaderas.
10. La falta de conocimientos especializados y la ausencia de estímulos para el emprendimiento productivo constituyen los factores críticos que impiden la creación de microempresas en la parroquia urbana de Chaguarpamba.
11. Existen ideas de negocios viables, derivadas de la situación socio-económica y cultural del sector.
12. El 32% de los encuestados están dispuestos a iniciar sus actividades emprendedoras, en la medida de que se les ofrezca las condiciones necesarias para su desarrollo.

RECOMENDACIONES

En consideración a las conclusiones, procedemos a realizar las siguientes recomendaciones:

1. Las vías de acceso y comunicación con el resto del país al momento están en proceso de mejora, lo que aportará en lo futuro que este cantón cuente con unas vías de primer orden, por lo tanto sea más atractivo turístico y comercial, por lo que se debe motivar a la población a poner en práctica sus ideas de negocios.
2. Es necesario aprovechar las condiciones naturales y de ubicación geográfica del sector, con la implementación de microempresas mediante iniciativas productivas relacionadas al turismo y las actividades artesanales ya que pueden ser alternativas de trabajo y de crecimiento económico del sector.
3. Reforzar el apoyo del Municipio de Chaguarpamba a los sectores de ganadería (19%) y Agricultura (24%), brindándoles asesoramiento, apoyo técnico y capacitación, ya que estas son las actividades principales del sector, las mismas que generan fuentes de trabajo e ingresos a sus habitantes. De igual manera que se enfoque más en el sector turístico que tiene un 2%, en donde pueden aprovechar toda la belleza natural que tiene la parroquia que por ende también estaría involucrada la artesanía que tiene un 5%, mejorando de esta manera el nivel de vida de los habitantes del sector.
4. Sugerir que el Municipio de Chaguarpamba, considere la propuesta planteada en el presente trabajo de investigación, a fin de que se analice, y considere en el plan de operativo y de trabajo de este gobierno seccional.

5. Propiciar el desarrollo Económico- productivo apoyándose en organismos locales, nacionales e internacionales dada la disponibilidad y condiciones que presta el lugar.
6. Poner en práctica la propuesta de Gestión Microempresarial
7. Iniciar una etapa de capacitación de los habitantes de Chaguarpamba, bajo la responsabilidad y coordinación del Municipio, en aspectos microempresariales, y así despertar el espíritu emprendedor de la gente y lograr que se desarrollen las habilidades y aptitudes para organizarse y gestionar su propio desarrollo.
8. Ejecutar a través de la unidad de vinculación con la comunidad del Municipio de Chaguarpamba, actividades de concienciación a la población dedicada a las labores de agricultura y ganadería sobre la importancia de preservar el medioambiente, para lo cual deben buscar asesoramiento en cuanto a productos químicos a utilizar, técnicas de cultivo que no afecten al ecosistema, entre otros aspectos específicos de las labores que cumplen en el campo.
9. Recomendar que el Municipio de Chaguarpamba considere la opción de crear alianzas estratégicas con los Centros de Educación Superior, a fin de lograr beneficios mutuos para el sector.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, G.(1995), *Evaluación de proyectos*; México; D´Vinni Editorial Ltda.; McGraw-Hill; Tercera Edición.
- DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO GRIJALBO; Ediciones Grijalbo S.A.; 1986; Barcelona, España.
- FICHER, Laura; ESPEJO, Jorge; *Mercadotecnia*, 3ra, ed. McGrawHill, 2004, México D.F.
- GHOSHAL Sumantra; BARTLETT Christopher. *El nuevo papel de la iniciativa individual en la empresa*. Editorial Paidós, 1998.
- GOODSTEIN Leonard y OTROS. *Planeación estratégica aplicada*. Editorial. Mc. Graw Hill. 2000.
- GUERRERO Carrión, Trosky; *Espejismo y realidad de la emigración lojana*; Investigación auspiciada por la Universidad Nacional de Loja; Editorial Universitaria; Ecuador; 2003.
- HCPL: Departamento de Fomento y Producción, Escuela de capacitación Campesina “P.J.A.”, 2004
- INEC: VI Censo de Población y V de Vivienda, 2001
- INFOPLAN v 2.0. Consejo Provincial.
- JANY José N. *Investigación Integral de Mercados*. Mc Graw-Hill, 2002.
- KREIMER, Nataniel; *Cómo ser un emprendedor exitoso*; Cultural Librería Americana S.A.; Colombia; 2006.
- MIRANDA Miranda, Juan José; *Gestión de proyectos: Identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental*; MM Editores; Quinta Edición; Colombia; 2007.
- Municipalidad de Guayaquil. *Desarrollo de la Pequeña Empresa*. Centro Tutorial - Fundación Ecuador. Impreso por Poligráfica C. A. Primera Edición, Febrero 2004. Formar Educación a Distancia.

- Plan de Migración, Comunicación y Desarrollo, Ecuador-España, Junio de 2004, Nro. 6.
- SIISE, Sistema Integrado de Indicadores Socioeconómicos del Ecuador, versión 4.5

Internet

- **Principales consideraciones sobre el plan de negocio.** En <http://www.monografias.com/trabajos15/plan-negocio/plan-negocio.shtml>. Acceso 30/12/2008.
- **Como ser Emprendedor y no morir en el intento.** En <http://www.miempredimiento.com>. Acceso 15/11/2008.
- **Cómo crear una microempresa.** En <http://www.miempredimiento.com/como-crear-una-microempresa-microempredimiento.htm>. Acceso 02/10/2008
- **Guía de presentación de emprendimientos productivos unipersonales y familiares.** En www.desarrollosocial.gov.ar/Planes/DLES/documentacion/docs/Guía_Unipersonales_y_familiares.doc. Acceso 12/10/2008.
- **21 consejos de mercadotecnia de bajo costo.** En <http://www.soyentrepreneur.com/home/index.php?p=nota&idNota=7179>. Acceso 05/01/2009.
- **Reporte Global de Competitividad 2005-2006.** En www.jovenesconempresa.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/miguel_castilla_pdf. Acceso martes 03-marzo-2009, 17h33.
- www.elciudadano.gov.ec; Acceso martes 03-marzo-2009, 19h33.

ANEXOS

Anexo Nro. 1

DIVISIÓN POLÍTICO ADMINISTRATIVA DEL CANTÓN CHAGUARPAMBA

1. Parroquia Urbana:

Chaguarpamba, con su Cabecera parroquial Chaguarpamba, integrado por 6 barrios urbanos y 19 rurales. Limita al:

- ✓ **Al norte:** La Parroquia el Rosario
- ✓ **Al sur:** El Cantón Olmedo
- ✓ **Al este:** La Parroquia Buenavista y Amarillos.
- ✓ **Al oeste:** El Cantón Catamayo.

2. Parroquia Rurales:

✚ **Buenavista:** Está conformada por siete barrios rurales, limita al:

- ✓ **Al norte:** Cantón Piñas. (Prov. El Oro).
- ✓ **Al sur:** La Parroquia de Cangonamá. (Cantón Paltas)
- ✓ **Al este:** El Cantón Paltas.
- ✓ **Al oeste:** El Cantón Olmedo y Parroquia Chaguarpamba.

✚ **Rosario:** Está constituida por seis barrios. Limita al:

- ✓ **Al norte:** Provincia del Oro
- ✓ **Al sur:** Parroquia de Chaguarpamba
- ✓ **Al este:** La Parroquia Amarillos
- ✓ **Al oeste:** El Cantón Catamayo.

✚ **Santa Rufina:** Está constituida por nueve barrios rurales. Limita al:

- ✓ **Al norte:** Provincia del Oro
- ✓ **Al sur:** Cantón Paltas
- ✓ **Al este:** Cantón Paltas.
- ✓ **Al oeste:** Parroquia Amarillos

- ✚ **Amarillos:** Está constituida por nueve barrios. Limita al:
- ✓ **Al norte:** Parroquia Chaguarpamba y Buenavista
 - ✓ **Al sur:** Parroquia Buenavista
 - ✓ **Al este:** La Parroquia Buenavista.
 - ✓ **Al oeste:** La Parroquia Chaguarpamba y Cantón Olmedo.

Anexo Nro. 2

TIPOS Y CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES PARROQUIA CHAGUARPAMBA

| INSTITUCIONES Y LOCALES | CANTIDAD | NOMBRE |
|------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mercados | 1 | Actualmente la infraestructura para el mercado que no está en funcionamiento, el mercado se da en la calle principal de nombre 10 de agosto, en donde existe la presencia de vendedores en su mayor parte informales. |
| Comerciantes ambulantes registrados legalmente | 40 - 60 | |
| Comerciantes ambulantes | 10 | Encontramos 10 comerciantes ambulantes de ropa y artículos de bazar Y 50 vendedores aproximadamente de productos agrícolas, legumbres, frutas, entre otros |
| Bodegas mayoristas | 8 | Bodega del Sr. Róber Paladines Sr. Miguel Díaz Bodega y abarrotes.- Sr. Nolberto Maldonado Bodega.- Sra. Esperanza Encalada Comercial Multi – Encalada Comercial Paladines.- Sr. Elisio Paladines Bodega de compra y venta de productos agrícolas.- Sr. Víctor Largo Bodega de compra y venta de productos agrícolas.- Sr. Antonio Ayala |
| Tiendas minoristas | 9 | Srta. Rosario Jaramillo Sra. Filomena Romero Abarrotes.- Sr. Gonzalo Torres Abarrotes y Distribuidor de gas.- Eduardo Carrera Tienda de productos de primera necesidad.- Sr. Cosmel Saritama Comercial.- Sr. Eduardo Eras Viveres TOITA Comercial.- Victoriano Torres Tienda "Rosita" |
| Farmacias | 5 | Farmacia del Patronato Municipal Farmacia Sagrado Corazón de Jesús Farmacia Divino Niño Farmacia Reina del Cisne Farmacia La Salud y consultorio médico |
| Zapaterías | 2 | Zapatería distribuidor autorizado de VENUS.- Sr. Jorge Bravo |

| | | |
|----------------------------------|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | Zapatería.- Sr. Mario Palma |
| Almacenes de ropa | 6 | Sra. Lila Córdova Boutique.- Sra. Rita Carrera Almacén de Ropa.- Sr. Gustavo Paladines Almacén de ropa.- Telmo Campoverde Bazar y Ropa.- Sr. Amador Román Almacén de ropa "EL ECONÓMICO" |
| Bazares | 2 | Bazar.- Sr. Servio Campoverde Bazar y Mueblería.- Sra . Deisi Mocha |
| Almacenes de telas | | No hay |
| Restaurantes | 11 | Restaurante Héctor Campoverde Desayunador Nutricional Restaurante.- Sr. José Fernández Restaurant "LA Costeñita" Restaurant.- Sr. Medardo Criollo Restaurant "Delicias del Mar" Restaurant.- Sr. Miguel Mora Restaurant.- Sr. Néstor Romero Restaurant Loja.- Sra. Lolita Quitchimbo Restaurant-Asador "La Alborada" Restaurant y distribuidor de gas.- Sra. Gloria Torres |
| Restaurantes pequeños | 2 | Sr. Néstor Romero (1 sucursal) Asador.- Sr. Elisio Paladines |
| Librerías | 4 | "Librería y Papelería Jakeline".- Sra Jackeline Mocha" Librería y papelería.- Sr. Galo Capa Librería y papelería.- Ing. Darwin Díaz Oficina de Publicidad |
| Almacén de insumos agropecuarios | 3 | Almacén Agropecuario.- Sr. Jamil Saritama "Servicios Agropecuarios".- Sr. Gerardo Paladines Almacén Agropecuario.- Ing. Gustavo Mora |
| Ferreterías | 3 | Comercial Reyes.- Amable Reyes Ferretería Largo.- Sr. Gina Rivera Distribuidor Autorizado DISENSA.- Sr. Carlos Ayala |
| Almacén de electrodomésticos | 1 | Almacén de electrodomésticos.- Sr. Jorge Bravo |
| Licorerías | 1 | Bar y Licorería.- Sra. Andrea Jaramillo |
| Hoteles | 3 | Hotel "MAJESTIC"; Residencial.- Sr. Manuel Campoverde; Hotel "ANITA" |

| | | |
|--------------------------------------------|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Peluquerías y Gabinete de belleza | 3 | Peluquería.- Sr. Geovany Maldonado Gabinete de Belleza "LEYLI" Gabinete de Belleza.- Sra. Miriam Largo |
| Parques | 2 | Monumento al trabajador, Monumento a la Madre |
| Juegos de nintendo | 1 | Nintendos y juegos.- Sr. Eduardo Gómez |
| Cooperativas de Ahorro y crédito | 1 | Cooperativa de Ahorro y Crédito "29 de Enero" del Sindicato de Choferes de Chaguarpamba |
| Banco | 1 | Banco Nacional de Fomento |
| Mecánicas | 3 | Mecánica.- Sr. Manuel Herrera Mecánica y soldadora.- Sr. Servilio Córdova Mecánica y Vulcanizadora del Sr. Miguel Rojas |
| Repuestos de carros | 2 | Repuestos de vehículos Sr. Líder Paladines Lubricantes.- Víctor |
| Panadería | 4 | Tienda y Panadería.- Sr. Luís Nivicela Panadería y Pastelería.- Sra. Leovigilda Reyes Panadería y Pastelería.- Sr. Víctor Elizalde Panadería del Sr. Eduardo Criollo |
| Cabinas | 2 | Cabinas Telefónicas PORTA y venta de accesorios.- Sra. Maira Bustos Cabinas Telefónicas.- Sr. Rodrigo Lalangui |
| Foto – estudio | 1 | Foto – estudio PEPE |
| Organizaciones de apoyo | 11 | PREDESUR, Cámara de Comercio-Loja PROLOCAL, PROLOZA, COFENAC Asociación de Ganaderos de Loja Consejo Provincial de Loja Banco Nacional de Fomento Ministerio de Agricultura y Ganadería Ministerio de Inclusión Económica y Social MIDUVI, PLAN INTERNACIONAL, Naturaleza y Cultura, Municipalidad de Chaguarpamba |
| Asociaciones | 2 | Asociación de obreros " San José" Asociación de Productores Agropecuarios |
| Cómo ayudan las asociaciones al agricultor | | En el asesoramiento para la siembra y e construcción de sistemas de riego, así como, apoyos familiares |
| Colegios | 2 | Colegio Técnico "Chaguarpamba"; Unidad Educativa a Distancia |
| Escuelas | 2 | Escuela 5 de Junio; Escuela La Dolorosa |
| Universidad | | No hay |

Anexo Nro. 3

ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

| | |
|----------------------|----------------------------------------------------|
| CARRERA: | Administración de Empresas |
| Ubicación Geográfica | IDENTIFICACIÓN / Encuesta N. |
| Cantón Chaguarpamba | Nombre del Encuestador: Sara Guajala y Mayra Cueva |

Estimado Amiga/o:

Le solicitamos comedidamente se digne dar respuesta a las siguientes interrogantes, de la manera mas sincera, pues los datos consignados servirán para realizar un estudio socio-económico de la parroquia Urbana Chaguarpamba.

Nota: Señale con una X la opción que usted crea conveniente y se ajuste a su realidad y a su criterio. (Una sola respuesta por cada pregunta).

A.- IDENTIFICACIÓN DEL ENCUESTADO:

| | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------|----------------------------|-------------------------|---------------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|------------|-----------------|----------------------|
| 1. Sexo: | Masculino: () | Femenino: () | | | | | | | | | |
| 2. Edad: | < 20 años: () | 21 a 30 años: () | 30 a 40 años: () | 41 a 50 años: () | > 50 años: () | | | | | | |
| 3. Estado Civil: | Soltero: () | Casado: () | Divorciado: () | Viudo: () | Unión Libre: () | | | | | | |
| 4. Ocupación principal: | Agricultura () | Ganadería: () | Agricultura y ganadería() | Comercio() | Quehaceres domésticos () | Artesanía() | Empleado público () | Empleado privado () | Minería() | Desempleado () | Otros (especifique): |
| 5. Educación: | Primaria incompleta () | Primaria completa () | Secundaria incompleta() | Secundaria completa () | Superior incompleta () | Superior completa () | Ninguna() | | | | |
| En caso de no tener instrucción, usted sabe: | | | | | | | | | | | |
| Leer y escribir: () | | | | | | | | | | | |
| Sólo Leer: () | | | | | | | | | | | |
| Ninguno: () | | | | | | | | | | | |
| En caso de no contar con un nivel de estudios usted pertenece a algún gremio artesanal : | | | | | | | | | | | |
| Si () | | | | | | | | | | | |
| No () | | | | | | | | | | | |
| En caso de SI, indique el nombre del gremio: | | | | | | | | | | | |
| Número de miembros que integran la familia: | | | | | | | | | | | |

B. ACTIVIDAD ECONÓMICA:

| | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------|-----------------------------|
| 6. Sus Ingresos económicos dependen de: | | | |
| Únicamente de la actividad Agrícola () | Únicamente de la actividad ganadera () | | |
| De la actividad agrícola y Ganadera () | De la actividad comercial () | | |
| Del Turismo () | Artesanal () | | |
| Otros: especifique | | | |
| 7. Sus ingresos son suficientes para cubrir los gastos de agua, luz, teléfono, alimentación, vestido, salud y otros. Si () No () | | | |
| 8. Los ingresos económicos dependen de: | | | |
| Padre; Esposo: () | Madre; Esposa () | Padre y Madre: () | |
| Únicamente Hijos: () | Padre, Madre e Hijos: () | | |
| Otros, especifique: | | | |
| 9. La actividad principal se realiza: | | | |
| Por cuenta propia: () | Por obra cierta: () | | |
| Tiene sueldo a jornal: () | Trabajador sin pago: () | | |
| A partir de cuando encuentre trabajo: () | | | |
| Otros (especifique): | | | |
| 10. Cuál es el ingreso que obtiene de dicha actividad: | | | |
| 1,00 - 10,00 USD: () | 11,00 - 20,00 USD: () | 21,00 - 30,00 USD: () | |
| 31,00 - 40,00 USD: () | 41,00 - 50,00 USD: () | Más de 51,00 USD: () | |
| 11. Con qué frecuencia, recibe dicho ingreso: | | | |
| Diario: () | Semanal: () | Quincenal: () | Mensual: () Semestral: () |
| Anual: () | Por obra cierta: () | No recibe ingreso: () | |
| Otro, especifique: | | | |
| 12. Cuenta con familiares en el extranjero: Si: () No: () | | | |
| Si su respuesta es No pasar a la pregunta 19. | | | |
| 13. País de destino: | | | |
| España: () | Italia: () | Estados Unidos: () | |
| Otros: Especifique: | | | |
| 14. Recibe algún tipo de ayuda de estos familiares que residen en el extranjero: | | | |
| Si: () No: () | | | |
| 15. Los dineros enviados por sus familiares son: USD. | | | |
| Menos de 100 USD: () | De 101 – 200 USD: () | De 201 – 300 USD: () | |
| De 301 – 400 USD: () | Más de 400 USD: () | | |
| 16. Con qué frecuencia su familiar le envía: | | | |
| Mensual: () | Bimestral: () | Trimestral: () | Semestral: () |
| Anual: () | Ocasional: () | | |
| Otros: Especifique: | | | |
| 17. De los dineros que envía su familiar cuánto gasta mensualmente en el hogar | | | |
| Menos de 100 USD: () | De 101 – 200 USD: () | De 201 – 300 USD: () | De |
| 301 – 400 USD: () | Más de 400 USD: () | | |
| 18. La utilización de los dineros son para: | | | |
| Medicinas: () | Inversiones familiares: () | Gastos del hogar: () | |
| Compra de vehículo: () | Construcción: () | Ahorro: () | |
| Gastos de educación: () | Compra de artículos: () | Compra de terreno: () | |
| Pago de deudas: () | | | |
| Otros (especifique): | | | |
| 19. Cuenta con familiares en otras ciudades del País: Si: () No: () | | | |
| Si su respuesta es No pase a la pregunta | | | |
| 1. Indique la Ciudad de destino: | | | |
| Quito: () | Loja: () | Guayaquil: () | Cuenca: () Manta: () |
| Otros (especifique): | | | |
| 21. Recibe algún tipo de ayuda de estos familiares que residen en otras ciudades del país: | | | |
| Si: () No: () | | | |
| 22. Los dineros enviados por sus familiares son: USD. | | | |
| Menos de 100 USD: () | De 101 – 200 USD: () | De 201 – 300 USD: () | |
| De 301 – 400 USD: () | Más de 400 USD: () | | |
| 23. Del dinero que envía su familiar cuánto gasta mensualmente en el hogar: | | | |
| Menos de 100 USD: () | De 101 – 200 USD: () | De 201 – 300 USD: () | |
| De 301 – 400 USD: () | Más de 400 USD: () | | |

| | | |
|------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------|
| 24. La utilización de estos dineros son para: | | |
| Medicinas : () | Inversiones familiares: () | Gastos del hogar : () |
| Compra de vehículo : () | Construcción : () | Ahorro: () |
| Gastos de educación: () | Compra de artículos : () | Compra de terreno: () |
| Pago de deudas : () | Otros (especifique): | |

C. IDENTIFICACIÓN GENERAL DE LA VIVIENDA:

| | | |
|------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------|
| 25. Tipo de Vivienda? | | |
| Casa Propia: () | Casa Arrendada: () | Departamento Propio: () |
| Departamento: () | Arrendado: () | Vivienda de familiares: () |
| Cuarto: () | Otros: Especifique: | |
| 26. De donde obtiene el agua para su consumo? | | |
| Red Pública: () | Pozo: () | Río o Quebrada: () |
| Agua Lluvia: () | | |
| Otros: Especifique: | | |
| 27. El servicio de Agua es? | | |
| Potable: () | Entubada: () | |
| Otros: Especifique: | | |
| 28. Tiene Energía Eléctrica? | | |
| Si: () | | No: () |
| 29. Tiene Telefonía Fija y Celular? | | |
| Fija: Si: () | No: () | |
| Celular: Si: () | No: () | |

D. IDENTIFICACIÓN EMPRESARIAL:

| | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------|---------|
| 30. Cuenta con un Negocio Propio: | | Si: () | No: () |
| 31. Que tipo de Negocio tiene: | | | |
| Comercial: () | De servicios: () | Industriales: () | |
| Otros: Especifique: | | | |
| 32. Para su tipo de Negocio o producción ¿ha pedido crédito? | | | |
| Banco de Loja: () | | Si: () | No: () |
| Banco Nacional de Fomento: () | | Prestamistas Informales: () | |
| aplicable: () | | Cooperativa de Ahorro y crédito" 29 de Enero": () | No |
| Otros: Especifique: | | | |
| 33. En caso de sí en la 29- Cuenta con el apoyo de algún organismo para su negocio? | | | |
| Si () | No () | Especifique:..... | |
| 34. Sabe usted que es una microempresa: | | | |
| Si: () | | No: () | |
| 35. Conoce de alguna microempresa que este funcionando en este sector? | | | |
| Si: () | | No: () | |
| Si su respuesta anterior es afirmativa, cual es el nombre de la microempresa o industria: | | | |
| 36. Considera importante la creación de microempresa en el sector urbano de Chaguarpamba? | | | |
| Si: () | | No: () | |
| Porque?:..... | | | |
| 37. En el caso de sí. Le gustaría ser un microempresario: | | | |
| Si: () | | No: () | |
| 38. En que tipo de microempresa le gustaría emprender: | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Ganadera (bovino, caprino, aviar, etc.): • Agrícola (maíz, maní, café, arveja, etc.): • Artesanal (tejidos, albañilería, sastres, modistas, etc.): • De servicio (restaurant, hotelería, profesores, médicos, etc.): • Comercial (vendedor, negociador) • Otros: Especifique:..... | | | |
| 39. Considera usted que tendría el apoyo de alguna institución pública o privada para crear su microempresa: | | | |
| Si: () | | No: () | |
| Porque? | | | |
| 40. En caso de sí: que institución es la que le apoyaría: | | | |
| | | | |
| 41. Estaría dispuesto a capacitarse con el fin de crear su propia microempresa: | | | |
| Si: () | | No: () | |

| |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>42. Señale los aspectos en los que le gustaría capacitarse con el fin de iniciar su microempresa</p> <p>Comercialización: () De servicios: () Asistencia técnica: () Obtención de recursos y financiamiento: () Aspectos legales y de constitución: () Formalización de la microempresa: () Todos: () Otros: ()</p> |
| <p>43. Tiene usted una idea que le gustaría poner es marcha para iniciar su propia microempresa:</p> <p>Si: () No: ()</p> |
| |

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

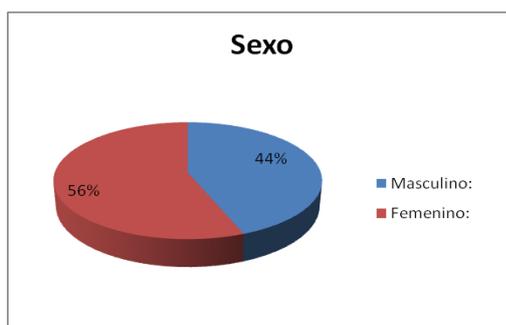
Anexo Nro. 4

INVESTIGACION DE CAMPO – TABULACIÓN DE DATOS

A.- IDENTIFICACIÓN DEL ENCUESTADO:

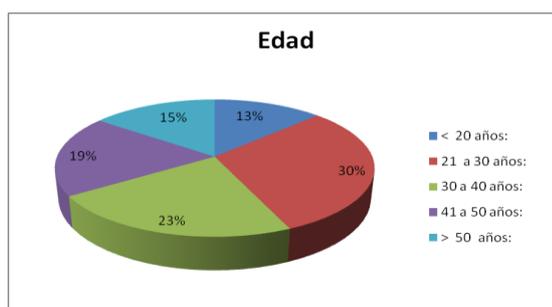
1. Sexo:

| Sexo | Numero de encuestados |
|------------|-----------------------|
| Masculino: | 133 |
| Femenino: | 169 |
| Total: | 302 |



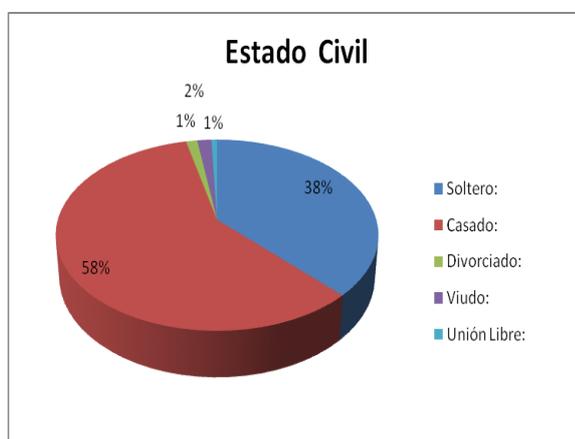
2. Edad:

| Edad | Numero de encuestados |
|---------------|-----------------------|
| < 20 años: | 39 |
| 21 a 30 años: | 92 |
| 30 a 40 años: | 68 |
| 41 a 50 años: | 58 |
| > 50 años: | 45 |
| TOTAL: | 302 |



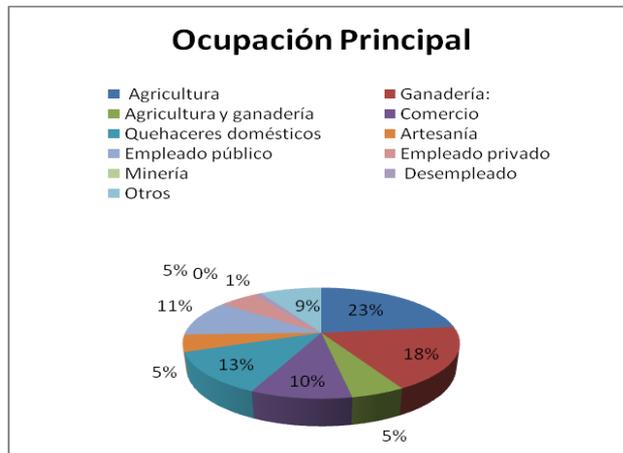
3. Estado Civil:

| <i>Estado Civil</i> | <i>Numero de encuestados</i> |
|---------------------|------------------------------|
| Soltero: | 114 |
| Casado: | 177 |
| Divorciado: | 4 |
| Viudo: | 5 |
| Unión Libre: | 2 |
| Total: | 302 |



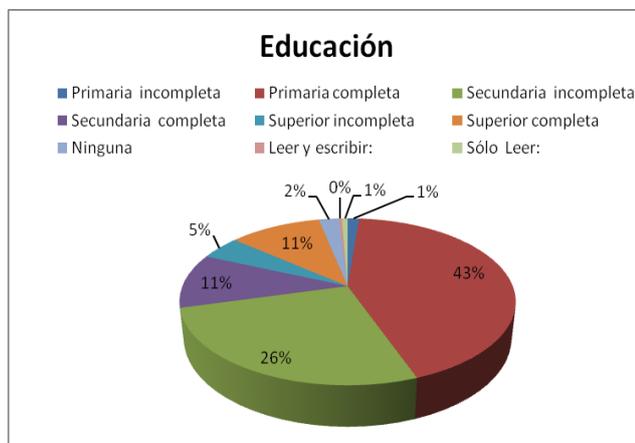
4. Ocupación principal:

| <i>Ocupación Principal</i> | <i>Numero de encuestados</i> |
|----------------------------|------------------------------|
| Agricultura | 70 |
| Ganadería: | 56 |
| Agricultura y ganadería | 16 |
| Comercio | 30 |
| Quehaceres domésticos | 38 |
| Artesanía | 15 |
| Empleado público | 32 |
| Empleado privado | 16 |
| Minería | 0 |
| Desempleado | 3 |
| Otros | 26 |
| Total: | 302 |



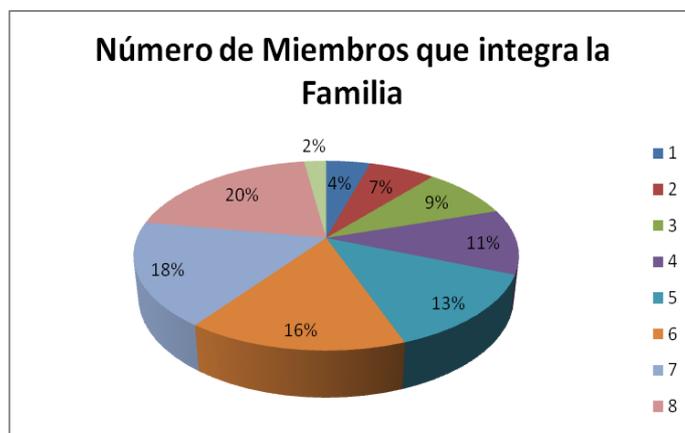
5. Educación:

| <i>Educación</i> | <i>Numero de encuestados</i> |
|-----------------------|------------------------------|
| Primaria incompleta | 4 |
| Primaria completa | 130 |
| Secundaria incompleta | 80 |
| Secundaria completa | 32 |
| Superior incompleta | 14 |
| Superior completa | 32 |
| Ninguna | 7 |
| Leer y escribir: | 1 |
| Sólo Leer: | 2 |
| Total: | 302 |



6. Número de miembros que integran la familia:

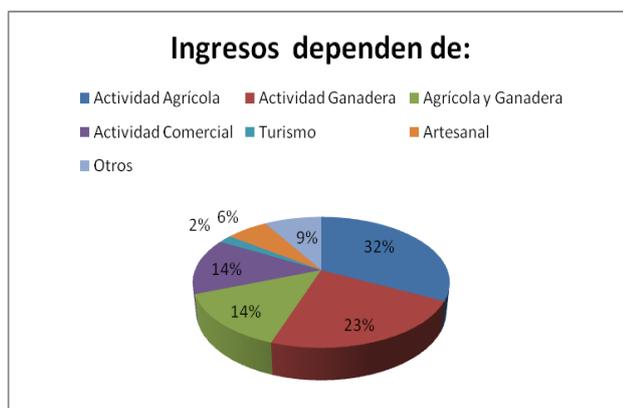
| Número de Miembros que integra la familia | Número de encuestados |
|-------------------------------------------|-----------------------|
| 2 | 4 |
| 3 | 32 |
| 4 | 79 |
| 5 | 91 |
| 6 | 48 |
| 7 | 19 |
| 8 | 16 |
| 9 | 8 |
| 1 | 5 |
| Total: | 302 |



B. ACTIVIDAD ECONÓMICA:

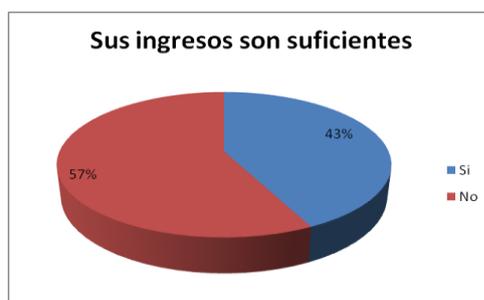
6. Sus Ingresos económicos dependen de:

| <i>Ingresos Económicos depende de:</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|----------------------------------------|------------------------------|
| Actividad Agrícola | 98 |
| Actividad Ganadera | 69 |
| Agrícola y Ganadera | 42 |
| Actividad Comercial | 42 |
| Turismo | 6 |
| Artesanal | 19 |
| Otros | 26 |
| Total: | 302 |



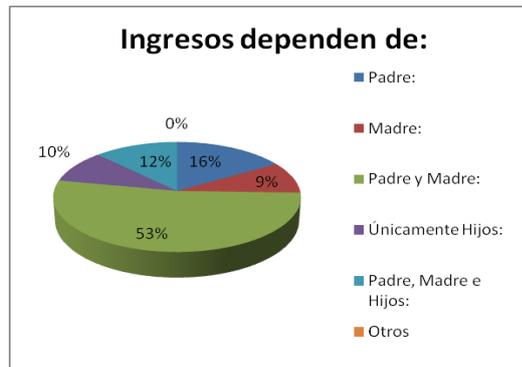
7. Sus ingresos son suficientes para cubrir los gastos de agua, luz, teléfono

| <i>Ingresos son suficientes para cubrir necesidades</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|---------------------------------------------------------|------------------------------|
| Si | 129 |
| No | 173 |
| Total: | 302 |



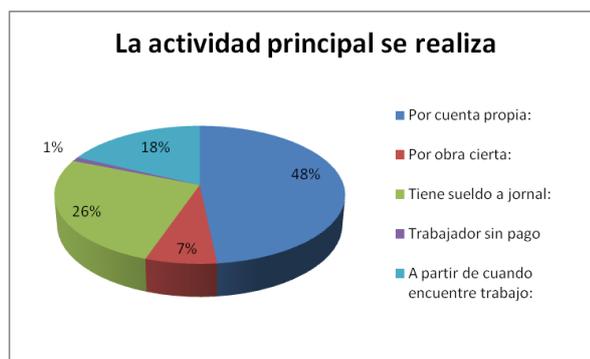
8. Los ingresos económicos dependen de:

| <i>Ingresos económicos dependen de:</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-----------------------------------------|------------------------------|
| Padre: | 49 |
| Madre: | 28 |
| Padre y Madre: | 159 |
| Únicamente Hijos: | 29 |
| Padre, Madre e Hijos: | 37 |
| Otros | 0 |
| Total: | 302 |



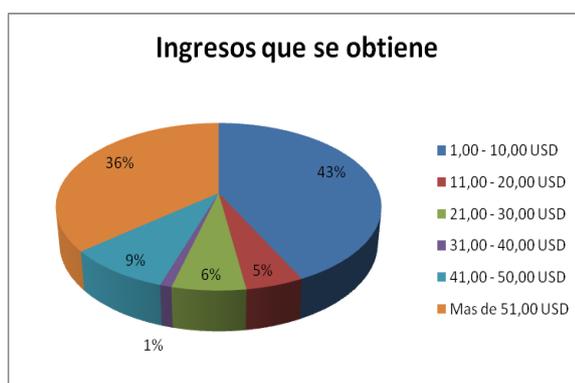
9. La actividad principal se realiza:

| <i>Actividad principal se realiza:</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|----------------------------------------|------------------------------|
| Por cuenta propia: | 146 |
| Por obra cierta: | 21 |
| Tiene sueldo a jornal: | 78 |
| Trabajador sin pago | 3 |
| A partir de cuando encuentre trabajo: | 54 |
| Total: | 302 |



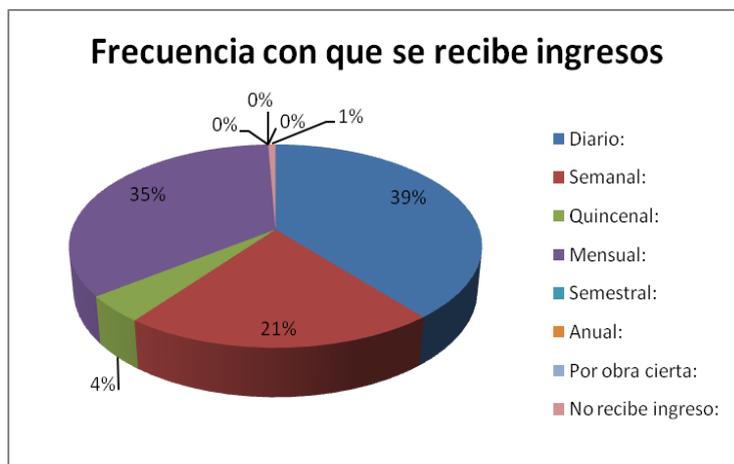
10. Cuál es el ingreso que obtiene de dicha actividad: USD.

| <i>Ingreso que obtienen de dicha actividad</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|------------------------------------------------|------------------------------|
| 1,00 - 10,00 USD | 129 |
| 11,00 - 20,00 USD | 15 |
| 21,00 - 30,00 USD | 19 |
| 31,00 - 40,00 USD | 3 |
| 41,00 - 50,00 USD | 27 |
| Mas de 51,00 USD | 109 |
| Total: | 302 |



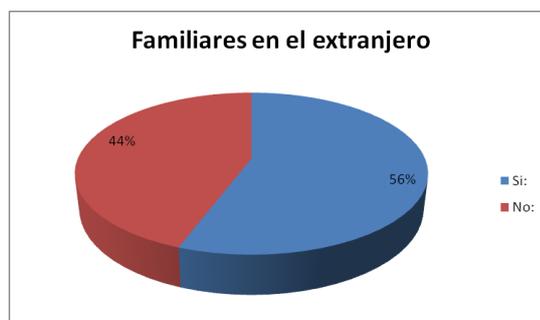
11. Con qué frecuencia, recibe dicho ingreso:

| <i>Frecuencia con que recibe dichos ingresos</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|--------------------------------------------------|------------------------------|
| Diario: | 118 |
| Semanal: | 64 |
| Quincenal: | 13 |
| Mensual: | 105 |
| Semestral: | 0 |
| Anual: | 0 |
| Por obra cierta: | 0 |
| No recibe ingreso: | 2 |
| Total: | 302 |



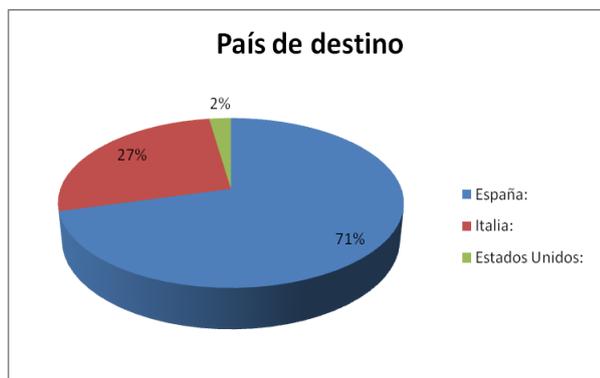
12. Cuenta con familiares en el extranjero:

| <i>Cuenta con familiares en el extranjero</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-----------------------------------------------|------------------------------|
| Si: | 168 |
| No: | 134 |
| Total: | 302 |



13. País de destino:

| <i>País de destino</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|------------------------|------------------------------|
| España: | 119 |
| Italia: | 45 |
| Estados Unidos: | 4 |
| No aplicable | 134 |
| Total: | 302 |



14. Recibe algún tipo de ayuda de estos familiares que residen en el extranjero:

| <i>Recibe ayuda de sus familiares</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|---------------------------------------|------------------------------|
| Si: | 40 |
| No: | 128 |
| Total: | 168 |



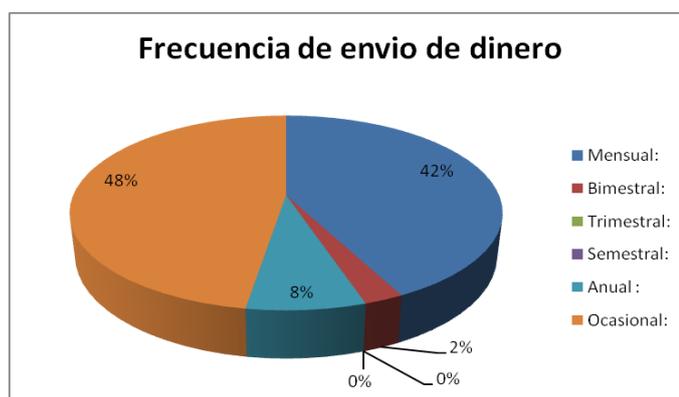
15. La cantidad enviada por sus familiares es de: USD.

| <i>Dineros enviados por sus familiares son:</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-------------------------------------------------|------------------------------|
| Menos de 100 USD | 13 |
| De 101 – 200 USD | 14 |
| De 201 – 300 USD | 7 |
| De 301 – 400 USD | 1 |
| Más de 400 USD | 5 |
| Total | 40 |



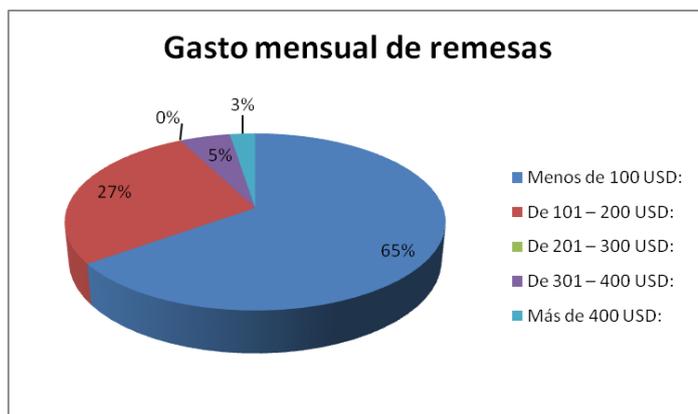
16. Con qué frecuencia su familiar le envía el dinero:

| <i>Frecuencia con la que envían los dineros</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-------------------------------------------------|------------------------------|
| Mensual | 17 |
| Bimestral | 1 |
| Trimestral | 0 |
| Semestral | 0 |
| Anual | 3 |
| Ocasional | 18 |
| Total | 39 |



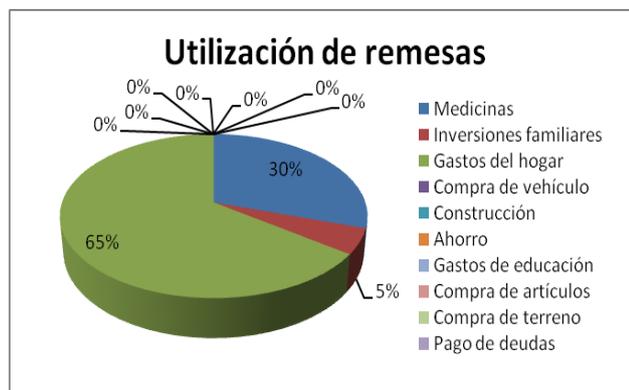
17. De las remesas que envía su familiar cuánto gasta mensualmente en el hogar

| <i>Cuanto gasta mensualmente en el hogar con los dineros que les envían</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Menos de 100 USD | 26 |
| De 101 – 200 USD | 10 |
| De 201 – 300 USD | 0 |
| De 301 – 400 USD | 2 |
| Más de 400 USD | 1 |
| Total: | 39 |



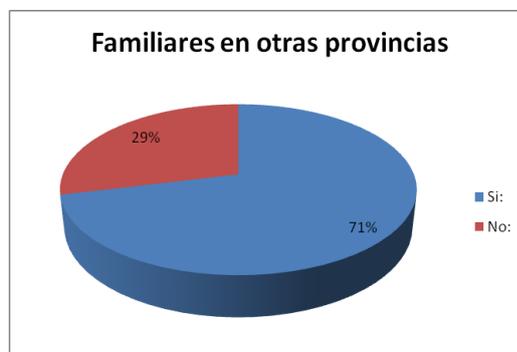
18. La utilización de las remesas son para:

| <i>La utilización de esas remesas son para:</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-------------------------------------------------|------------------------------|
| Medicinas | 12 |
| Inversiones familiares | 2 |
| Gastos del hogar | 25 |
| Compra de vehículo | 0 |
| Construcción | 0 |
| Ahorro | 0 |
| Gastos de educación | 0 |
| Compra de artículos | 0 |
| Compra de terreno | 0 |
| Pago de deudas | 0 |
| Total | 39 |



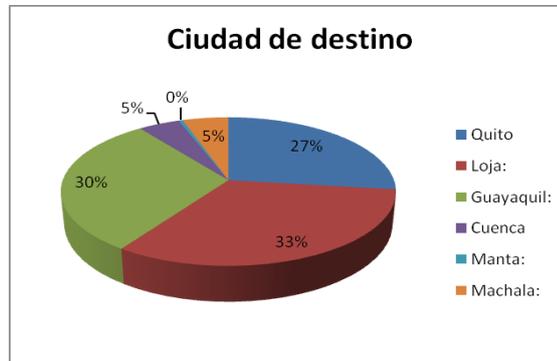
19. Cuenta con familiares en otras ciudades del País:

| <i>Cuenta con familiares en otras ciudades del país</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|---------------------------------------------------------|------------------------------|
| Si | 215 |
| No | 87 |
| Total | 302 |



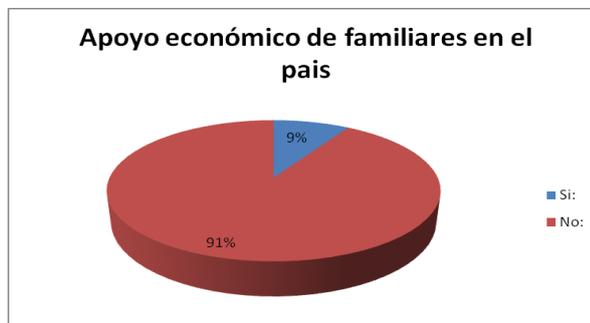
20. Indique la Ciudad de destino:

| <i>Ciudad de destino</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|--------------------------|------------------------------|
| Quito | 58 |
| Loja | 70 |
| Guayaquil | 65 |
| Cuenca | 10 |
| Manta | 1 |
| Machala | 11 |
| Total | 215 |



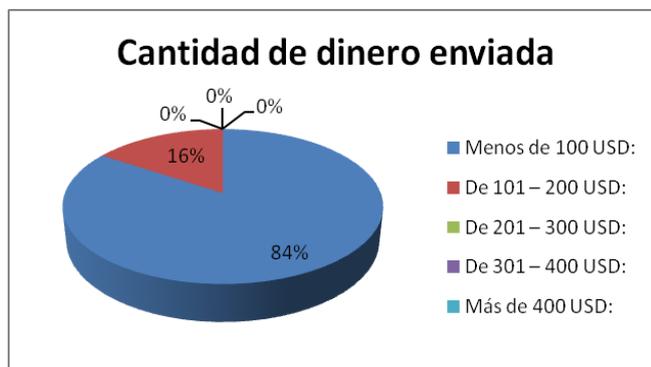
21. Recibe algún tipo de ayuda de estos familiares que residen en otras ciudades del país:

| <i>Recibe ayuda de estos familiares</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-----------------------------------------|------------------------------|
| Si: | 19 |
| No: | 196 |
| Total: | 215 |



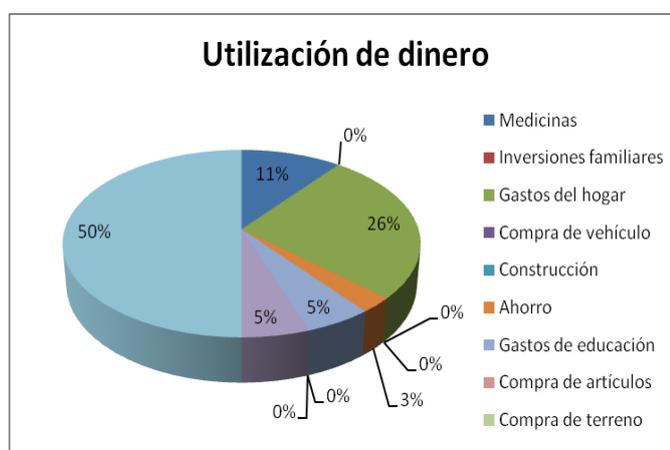
22. La cantidad de dinero enviadas por sus familiares es de \$:

| <i>Los dineros enviados por sus familiares son:</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-----------------------------------------------------|------------------------------|
| Menos de 100 USD: | 16 |
| De 101 – 200 USD: | 3 |
| De 201 – 300 USD: | 0 |
| De 301 – 400 USD: | 0 |
| Más de 400 USD: | 0 |
| Total: | 19 |



23. La utilización de estos dineros son para:

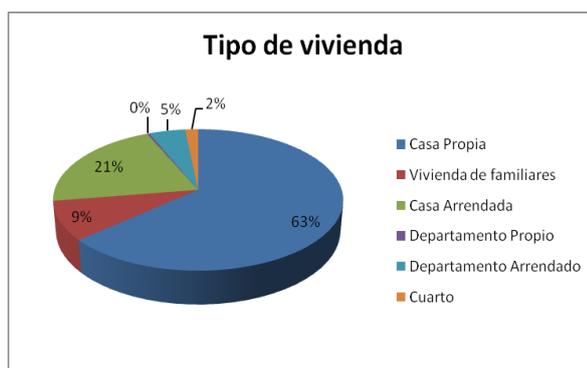
| <i>La utilización de los dineros son para:</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|------------------------------------------------|------------------------------|
| Medicinas | 4 |
| Inversiones familiares | 0 |
| Gastos del hogar | 10 |
| Compra de vehículo | 0 |
| Construcción | 0 |
| Ahorro | 1 |
| Gastos de educación | 2 |
| Compra de artículos | 0 |
| Compra de terreno | 0 |
| Pago de deudas | 2 |
| Total | 19 |



C. IDENTIFICACIÓN GENERAL DE LA VIVIENDA:

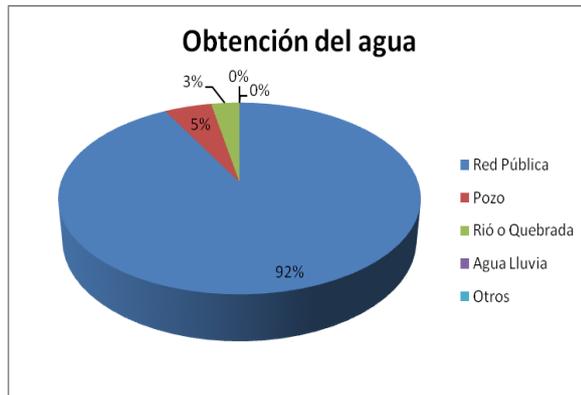
24. Tipo de Vivienda?

| <i>Tipo de vivienda</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-------------------------|------------------------------|
| Casa Propia | 192 |
| Vivienda de familiares | 27 |
| Casa Arrendada | 63 |
| Departamento Propio | 1 |
| Departamento Arrendado | 14 |
| Cuarto | 5 |
| Total | 302 |



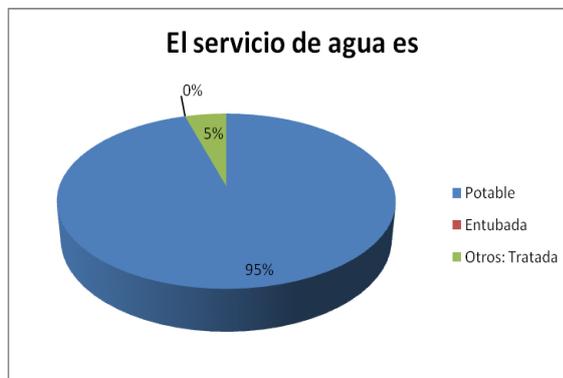
25. De donde obtiene el agua para su consumo?

| <i>De donde se obtiene el agua para el consumo</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|----------------------------------------------------|------------------------------|
| Red Pública | 278 |
| Pozo | 15 |
| Ri ó Quebrada | 9 |
| Agua Lluvia | 0 |
| Otros | 0 |
| Total | 302 |



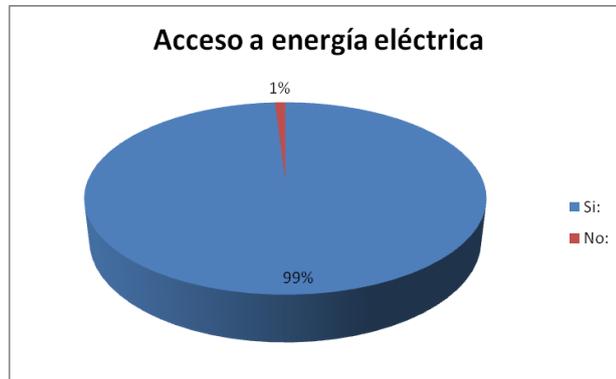
26. ¿El servicio de Agua es?

| <i>El servicio de agua es:</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|--------------------------------|------------------------------|
| Potable | 288 |
| Entubada | 0 |
| Otros: Tratada | 14 |
| Total | 302 |



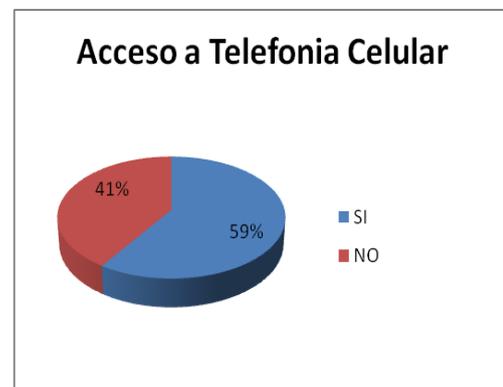
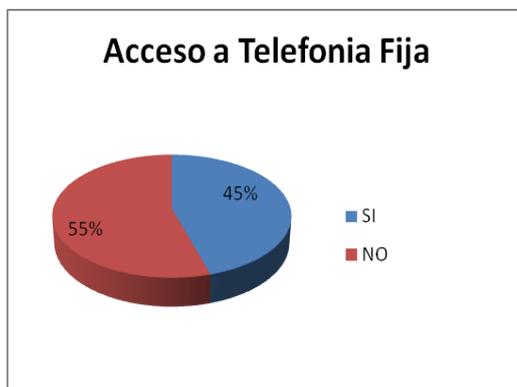
27. Tiene Energía Eléctrica?

| <i>Tiene energía eléctrica</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|--------------------------------|------------------------------|
| Si | 299 |
| No | 3 |
| Total | 302 |



28. Tiene Telefonía:

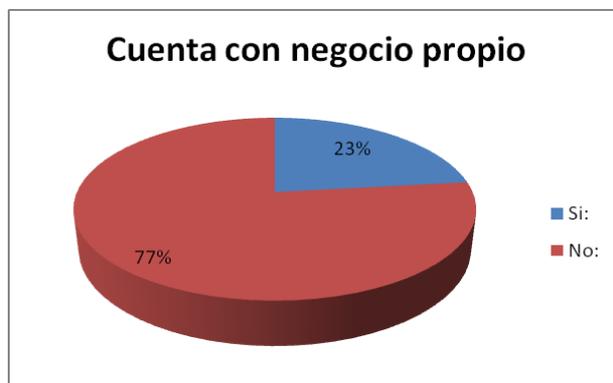
| <i>Tiene Telefonía:</i> | <i>Número de encuestados</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-------------------------|------------------------------|------------------------------|
| | <i>FIJA</i> | <i>CELULAR</i> |
| SI | 137 | 179 |
| NO | 165 | 123 |
| Total | 302 | 302 |



D. IDENTIFICACIÓN EMPRESARIAL:

29. Cuenta con un Negocio Propio:

| <i>Cuenta con negocio propio</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|----------------------------------|------------------------------|
| Si | 70 |
| No | 232 |
| Total | 302 |



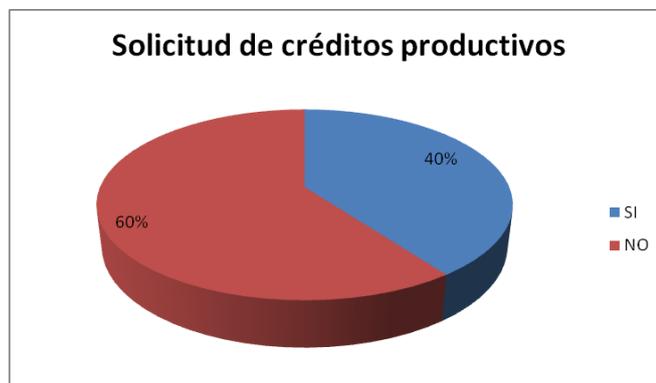
30. Que tipo de Negocio tiene:

| Que tipo de negocio tiene | Número de encuestados |
|---------------------------|-----------------------|
| Comercial | 48 |
| De servicios | 12 |
| Artesanal | 4 |
| Total | 64 |



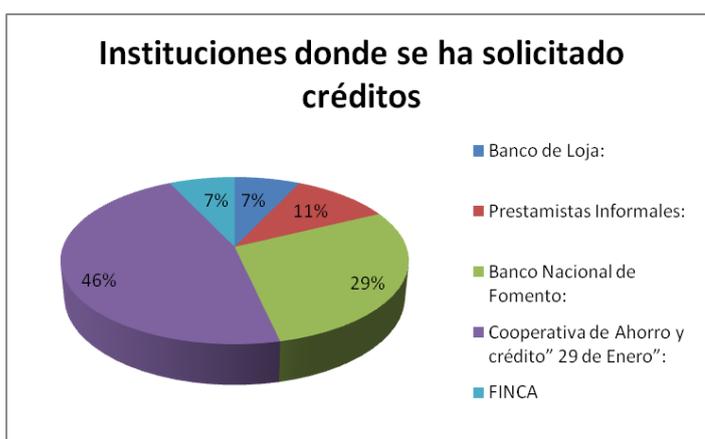
31. Para su tipo de Negocio o producción ¿ha pedido crédito?

| Ha solicitado créditos productivo: | Número de encuestados |
|------------------------------------|-----------------------|
| SI | 28 |
| NO | 42 |
| Total: | 70 |



32. Cuales son las Instituciones:

| Instituciones donde pidieron crédito: | Número de encuestados |
|-----------------------------------------------|-----------------------|
| Banco de Loja | 2 |
| Prestamistas Informales | 2 |
| Banco Nacional de Fomento | 7 |
| Cooperativa de Ahorro y crédito" 29 de Enero" | 11 |
| FINCA | 2 |
| Total | 24 |



33. En caso de si en la 29- Cuenta con el apoyo de algún organismo para su negocio?

| <i>Instituciones u organismo que han ayudado al negocio</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Si | 17 |
| No | 53 |
| Total | 70 |



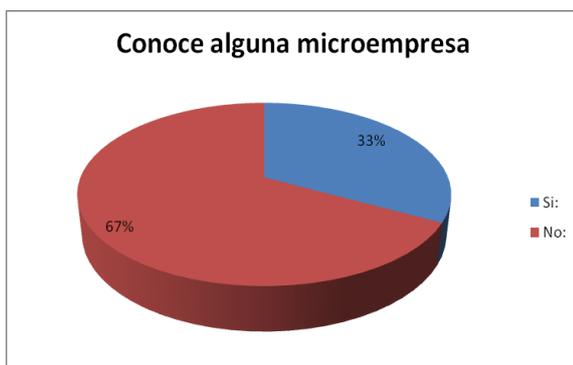
34. Sabe usted que es una microempresa?:

| <i>Sabe usted que es una microempresa?</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|--------------------------------------------|------------------------------|
| Si | 159 |
| No | 143 |
| Total | 302 |



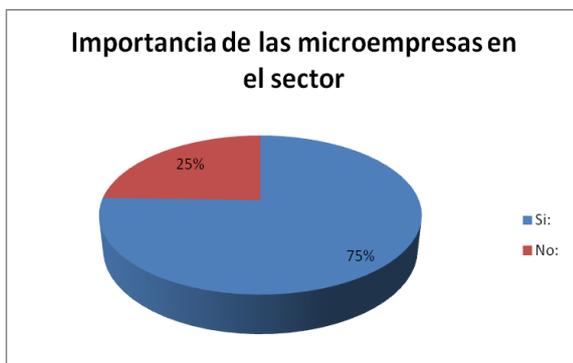
35. Conoce de alguna microempresa que este funcionando en este sector?.

| <i>Conoce de alguna microempresa que funcione en el sector?</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Si | 99 |
| No | 203 |
| Total | 302 |



36. Considera importante la creación de microempresa en el sector urbano de Chaguarpamba?

| <i>Considera importante la creación de microempresas</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|----------------------------------------------------------|------------------------------|
| Si | 228 |
| No | 74 |
| Total | 302 |



37. En el caso de si. Le gustaría ser un microempresario:

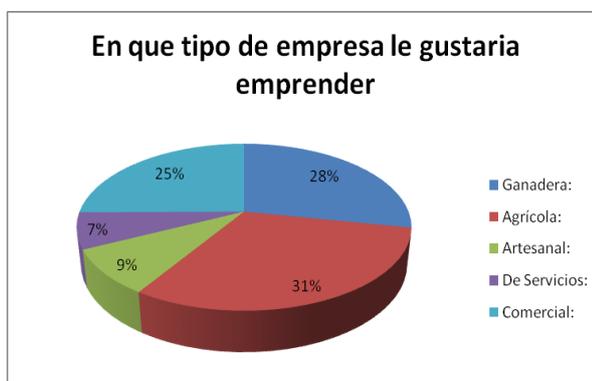
| <i>Le gustaría ser microempresario</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|----------------------------------------|------------------------------|
|----------------------------------------|------------------------------|

| | |
|--------|-----|
| Si: | 171 |
| No: | 57 |
| Total: | 228 |



38. En que tipo de microempresa le gustaría emprender:

| <i>Que tipo de microempresas le gustaría emprender</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|--------------------------------------------------------|------------------------------|
| Ganadera | 48 |
| Agrícola | 53 |
| Artesanal | 15 |
| De Servicios | 12 |
| Comercial | 43 |
| Total | 171 |



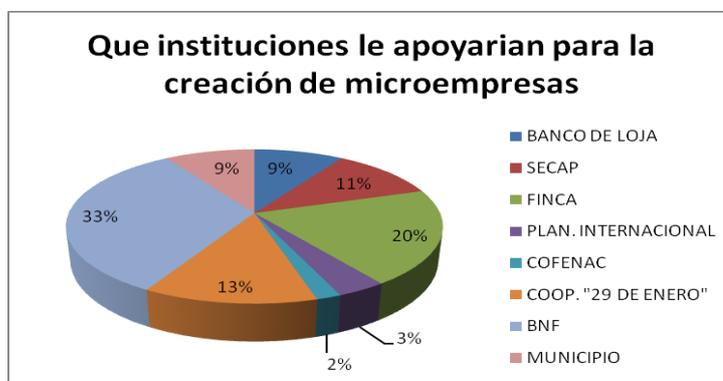
39. Considera usted que tendría el apoyo de alguna institución pública o privada para crear su microempresa:

| <i>Considera que tendría apoyo de organismos para la creación de su microempresa</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Si | 55 |
| No | 116 |
| Total | 171 |



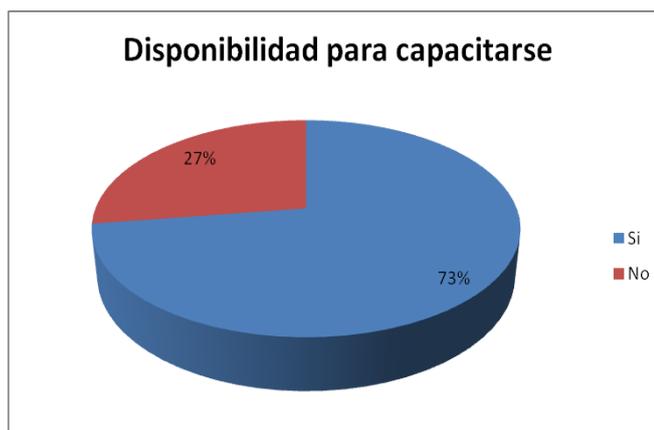
40. En caso de si: que institución es la que le apoyaría:

| <i>Que instituciones le apoyarían</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|---------------------------------------|------------------------------|
| BANCO DE LOJA | 5 |
| SECAP | 6 |
| FINCA | 11 |
| PLAN. INTERNACIONAL | 2 |
| COFENAC | 1 |
| COOP. "29 DE ENERO" | 7 |
| BNF | 18 |
| MUNICIPIO | 5 |
| Total: | 55 |



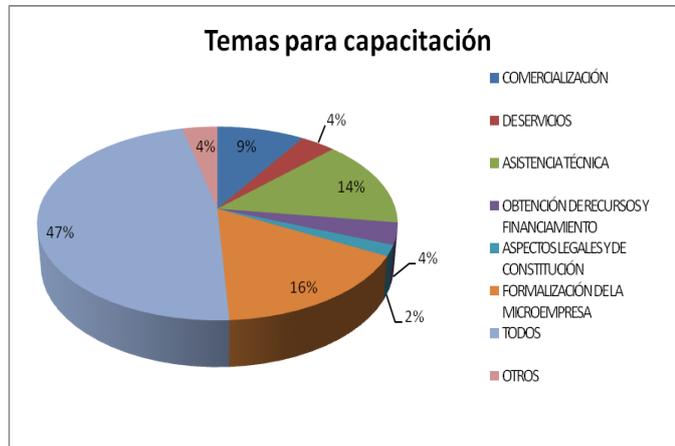
41. Estaría dispuesto a capacitarse con el fin de crear su propia microempresa:

| <i>Estaría dispuesto a capacitarse con el fin de crear su microempresa</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Si | 40 |
| No | 15 |
| Total | 55 |



42. Señale los aspectos en los que le gustaría capacitarse con el fin de iniciar su microempresa.

| <i>Temas para capacitación</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|----------------------------------------|------------------------------|
| COMERCIALIZACIÓN | 5 |
| DE SERVICIOS | 2 |
| ASISTENCIA TÉCNICA | 8 |
| OBTENCIÓN DE RECURSOS Y FINANCIAMIENTO | 2 |
| ASPECTOS LEGALES Y DE CONSTITUCIÓN | 1 |
| FORMALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA | 9 |
| TODOS | 26 |
| OTROS | 2 |
| Total: | 55 |



43. Tiene usted una idea que le gustaría poner es marcha para iniciar su propia microempresa:

| <i>Tiene usted una idea que le gustaría poner es marcha para iniciar su propia microempresa</i> | <i>Número de encuestados</i> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Si | 12 |
| No | 43 |
| Total | 55 |



Anexo Nro. 5

ORGANISMOS DE APOYO A LA GESTIÓN MICROEMPRESARIAL EN CHAGUARPAMBA:

En este anexo expondremos la información que se recabó de las instituciones que de alguna manera ayudan al microempresario de Chaguarpamba.

✚ MUNICIPIO DE CHAGUARPAMBA¹²:



El Municipio de Chaguarpamba, Es una institución que forma parte del Estado Ecuatoriano, La principal autoridad es elegida durante cuatro años. Su actual alcalde es el Sr. Víctor Hugo Largo Machuca, en la cual nos manifestó que el municipio esta presto para ayudar a cualquier tipo de persona u asociaciones que lo requieran.

Para recibir la ayuda del Municipio se tiene que entregar en Secretaria la solicitud dirigida al Alcalde en la cual se debe resaltar el pedido. Después de ser analizado por el alcalde es remitido a la secretaria para que ha su vez remita al departamento correspondiente (Departamento de obras publicas o Bodega, etc.) en la cual analizan y posterior mandan un oficio al Alcalde para que conozca si es favorable o no la solicitud, después de eso el alcalde le remite a la secretaria lo resultado para que ha su vez informe a la (s) persona(s) la resolución que se tuvo por parte del

¹² Tomado del Diario "La Hora" / Fecha: 25 de junio de 2008.

Alcalde hacia lo solicitado, este tramite dura una o dos semanas (dependiendo). Igualmente pueden solicitar una audiencia para hablar personalmente con el Alcalde.

Por parte del Municipio se ha podido ayudar a muchas personas, como por ejemplo la ayuda en cuanto es: manguera de riego, insumos, y maquinaria (ya sea para apertura de caminos, desalojar escombros de tierra o para la preparación de terreno (tractor agrícola)), también poniendo a disposición el personal capacitado en agricultura o en asesoramiento técnico, etc. Igualmente el Municipio esta pendiente y vigilante en cuanto se refiere a maquinaria e insumos para que sean utilizados correctamente.

✚ **PREDESUR¹³:**



La subcomisión Ecuatoriana PREDESUR, cuenta con 36 años de creación y 28 de descentralización administrativa. Su Directora Ejecutiva actual es la Ing. Carmen Susana Guarnizo, esta institución brinda apoyo a las provincias de Loja, Zamora Chinchipe y el Oro.

PREDESUR: Mantiene convenios técnicos - ambientales con los municipios, Juntas parroquiales y Organizaciones Barriales, Tienen 9 centros de Desarrollo Productivo, en los que se ejecutan proyectos agrícolas, ganaderos, porcinos, en reforestación protectora de micro-cuencas, igualmente colaboran con asistencia técnica periódica a agricultores, ganaderos, pecuarios y usuarios de los sistemas de riego.

¹³ Tomado del Diario “La Hora” / Fecha: 25 de junio de 2008.

En lo que se refiere a la parroquia Chaguarpamba es muy poca la ayuda que brinda esta institución ya que la ayuda es grupal y no abastece al sector entre el apoyo esta; los sistemas de riego, asistencia técnica y ayuda de insumos, el motivo de esta inconformidad entre sus pobladores es que para recibir ayuda solamente deben hacer agrupaciones de productores organizados u asociaciones ya que no reciben solicitudes individuales.

El departamento de información de Predesur nos manifestó que para tramitar la ayuda se debe dirigir a la ciudad de Loja una comitiva o un representante de la asociación la cual deberá entregar una solicitud dirigida a la Directora General y entregar en la secretaria o en el departamento de Archivo, para que ha su vez sea remitida al departamento correspondiente en la cual analizan y mandan un oficio a la Directora para que tenga conocimiento de la solicitud y del resultado del mismo, para que ha su vez la secretaria informe a la asociación la respuesta. También se puede solicitar una reunión con la directora ejecutiva de Predesur para analizar con ella mismo la ayuda. El tramite demora 3 semanas (dependiendo).

BANCO NACIONAL DE FOMENTO¹⁴:



El Banco Nacional de Fomento es parte del Estado Ecuatoriano, Su Presidente Nacional actual es el Eco. Galo Naula. En la actualidad en Cantón Chaguarpamba cuenta ya con una agencia del BNF desde el 13 de junio del 2008 ubicada en la cabecera cantonal (Calle 10 de agosto y 29 de Mayo), Su Director actual es el Ing. Líder Córdova. Esta agencia del BNF sirve de mucho a sus agricultores y

¹⁴ Periódico “El Súper”; 25 de junio de 2008.

microempresarios porque ya no tiene que dirigirse a la ciudad de Catacocha a tramitar un crédito como lo venían haciendo.

De la investigación Propia averiguamos su funcionamiento en cuanto a otorgar créditos en el BNF y nos manifestaron lo siguiente:

- *Sujetos de crédito:*

- ❖ Personas Naturales y Jurídicas.
- ❖ Que sus activos totales no superen los \$80.000 dólares.
- ❖ Sectores Productivos: Agrícola, Pecuario, Pequeña Industria, Artesanía, Pesca, Servicio, Comercio, y Turismo.

- *Los términos y Condiciones que tiene el BNF es la siguiente:*

- ❖ Los montos van desde 500 hasta 5000 dólares.
- ❖ Las garantías: Prendaría de los equipos por adquirir quirografaria o hipotecaria.
- ❖ Las tasas de interés son el 5% anual.

- *Destino y Plazos:*

- ❖ Sector Agrícola: Desde 1 año plazo hasta 5 años, para mejores territoriales.
- ❖ Sector Pecuario: Desde 1 año plazo hasta 5 años, para compra de ganado de cría, para la producción de leche, carne, o doble propósito.

- *Para apertura de una Cuenta de Ahorros se debe tomar en cuenta lo siguiente:*

- ❖ El monto mínimo de apertura en una persona natural es de \$30.00 dólares.
- ❖ El monto mínimo de apertura en una persona jurídica es de \$300.00 dólares.

- *Para apertura de una Cuenta Corriente se debe tomar en cuenta lo siguiente:*

- ❖ El monto mínimo de apertura en una persona natural es de \$500.00 dólares.
- ❖ El monto mínimo de apertura en una persona jurídica es de \$1000.00 dólares.

Requisitos Generales para obtener un crédito:

- ❖ Copia de cedula de ciudadanía actualizada y certificado de votación del solicitante, del garante y de sus conyugues si lo tuvieran.
- ❖ Tener una cuenta corriente o libreta de ahorros en el Banco Nacional de Fomento.
- ❖ En préstamo pecuario, se debe presentar el certificado de registro de marca conferido por la CONEFA como también el último certificado de vacunación.

Requisitos para el solicitante de micro créditos a través del bono de desarrollo:

- ❖ Solicitud dirigida al Gerente del BNF Chaguarpamba.
- ❖ Copia a color de la cedula de ciudadanía del solicitante.
- ❖ Copia de certificado de votación.
- ❖ Copia del ultimo pago de agua, luz, o teléfono.

Esos son los principales requisitos que pide el banco y en la actualidad esta la campaña del Gobierno Nacional que es “Tu crédito productivo” (5%, 5 años, hasta \$5.000 dólares) en la cual pretenden beneficiar a todo el sector productivo.

En la sucursal de Chaguarpamba se tendrá acceso a:

- ❖ Información
- ❖ Apertura y cierre de cuentas bancarias.
- ❖ Capacitación de recursos en cuentas corrientes, de ahorro, y de plazos fijo.
- ❖ Recaudaciones.

- ❖ Giros y Transferencias
- ❖ Pago del Bono de Desarrollo Humano
- ❖ Recepción de solicitudes de créditos y abonos a préstamos.

Aunque la gente no esta convencida de estos créditos ya que son pocos que creen en esas promesas porque que realizan prestamos a este banco porque algunos no les gusta endeudarse y otros porque prefieren a prestamistas informales que son conocidos y no requiere mucho papeleo. Esperemos que ahora que esta cerca el banco aprovechen estos benéficos.

 **SECAP¹⁵:**



El SECAP (Servicio Ecuatoriano de Capacitación), también forma parte del Estado Ecuatoriano, lleva 3 años en la provincia de Loja.

En la parroquia urbana Chaguarpamba lleva capacitando 2 años a las personas que no han tenido ninguna formación académica, pero que de igual forma capacita al que es profesional.

- De la investigación pudimos averiguar que el SECAP cuenta con dos grupos; el formal y el vulnerable:
 - ❖ **FORMAL:** En este grupo están las personas profesionales y que requieren preparación en otras ramas del conocimiento humano. El costo de la inscripción es dependiendo del curso que elija la persona interesada.

¹⁵ Tríptico del SECAP.

- ❖ **VULNERABLE:** Dentro del sector vulnerable están; los adolescentes, mujeres embarazadas, personas con discapacidad o en situaciones de riesgos por desastres naturales, desempleados, subempleados, operarios, y aprendices de artesanías, internos de penitenciarías, pequeños agricultores y miembros de comunidades campesinas sin relación de dependencia laboral y trabajadores del servicio doméstico. Para este grupo los cursos son gratuitos.

- Los cursos se dictan en forma gratuita para el grupo vulnerable, puesto que el SECAP asumirá el costo de la matrícula, materiales básicos para las prácticas demostrativas, pago de la remuneración del instructor, movilización y certificación de los cursos. El participante aportará con su tiempo y debe tener predisposición para completar un ciclo de formación asistiendo a varios módulos de capacitación en la especialidad elegida, que le permita posteriormente estar en condiciones de formar una microempresa accediendo al crédito que ofrece el Gobierno Nacional, con el programa 5-5-5 y formar su propia empresa productiva.

- Para la capacitación al sector vulnerable el SECAP está en condiciones de atender los pedidos en todas las actividades que los usuarios lo requieran. Inicialmente se han señalado las siguientes áreas de atención: Agroindustrias, Confecciones, Carpintería, Mecánica Automotriz, Mecánica Industrial, Electricidad y Electrónica, Construcciones, Manualidades, Artesanías, Comercio, Administración, Finanzas e Informática, Belleza, Agropecuaria, Agronomía.

- Para que las organizaciones o grupos sean considerados en la programación de cursos deben dirigir una solicitud a la Coordinadora del SECAP en Loja a nombre de la Dra. Soledad Cuenca, adjuntando la lista de los interesados, fechas y horarios preferidos para los cursos, nombre de la organización solicitante, firma de responsabilidad de la misma, copia de cédulas, partida de nacimientos. Cuando es de un Cantón o parroquia quienes solicitan la

presencia de los instructores del SECAP, también pueden hacerlo a través de los Jefes políticos ya que ellos también trabajan junto a esta institución.

- El SECAP tienen publicidad en radio, televisión y prensa escrita como lo es diario la "Hora".

FINCA¹⁶:



Para conocer un poco de la Fundación FINCA detallaremos sus inicios en el extranjero y en el Ecuador, sus valores corporativos, estrategia y producto y los requisitos y quienes pueden acceder a un crédito y después un resumen de **FINCA - Loja**.

FINCA; (Fundación para la Asistencia Comunitaria): Es una institución sin fines de lucro con presencia en 23 países en América Latina, África, Asia y Europa del Este. Su sede está en la ciudad de Washington.

Tiene una importante presencia y canales de comunicación a través de los cuales han conseguido donaciones significativas a nivel personal, institucional, y gubernamental para el desarrollo y crecimiento de micro créditos.

FINCA Internacional se fundó en el año de 1984, uno de los fundadores y visionarios es John Hatch quien desarrolló una nueva metodología para entregar

¹⁶ Tríptico del Banco FINCA.

asistencia a la gente mas desprotegida y sin acceso a recursos financieros, es así que a través de los Bancos Comunales, se ha llegado a mas personas de escasos recursos y se ha demostrado que se puede enseñar a administrar de mejor forma sus propios negocios, ser sujeto de crédito y tener buenos comportamientos de pago, además manejar ahorros y tener sentido de solidaridad entre los socios.

Esta metodología se ha desarrollado por otras instituciones en micro finanzas y se ha multiplicado su utilización en muchos países, beneficiando cada vez más a un emprendedor de una microempresa.

En Ecuador esta fundación fue fundada en Diciembre de 1993 como una afiliada a la red que Finca Internacional tiene a nivel mundial. Empezó sus operaciones en Quito, bajo la supervisión del Ministerio de Bienestar Social. En el año 1997 la cartera era aproximadamente USD 161 mil distribuida en 2.200 clientes miembros de Bancos Comunales.

Sociedad Financiera para la Asistencia Comunitaria FINCA. S.A., se crea como respuesta a la demanda de más servicios financieros solicitados a la Fundación Finca, y en vista de que la Fundación por la figura legal no pudo ofrecerlos.

Durante el año 2003 Fundación FINCA toma la decisión de que debe formalizarse como Sociedad Financiera, para obtener más recursos del mercado financiero local e internacional y seguir creciendo. Para el efecto se compra una sociedad financiera en liquidación y el 16 de Marzo del 2004 la Superintendencia de Bancos y Seguros da la autorización de operación a la Financiera Finca. Empieza sus operaciones formales en el mes de Julio del 2004¹⁷.

FINCA esta también en la parroquia Chaguarpamba hace dos años, cuenta con 100 personas que confían en FINCA, Estas personas son agrupadas en 15 socios en las cuales forman una directiva para que ellos controlen las deudas, cobranzas, depósitos, etc. Las reuniones son quincenales y debe estar presente un agente de crédito para supervisar las reuniones, los depósitos lo hace la presidenta con la

¹⁷ Información Corporativa Junio 2006

tesorera ya que ellas deben de tener una cuenta bancaria en conjunto para cualquier ayuda que necesite su grupo, el deposito lo hacían en la cooperativa de ahorro y crédito “29 de enero”, pero por problemas de interés institucional ya no se los hace ahí, sino que lo hacen a través del Banco Pichincha en la cuenta de FINCA. Esta institución trabaja más con mujeres que con hombres.

✚ **ESCOFFE¹⁸:**



Es una empresa Internacional que tiene 10 años en el país, cuenta con una agencia en la ciudad de Guayaquil, la empresa se especializa en lo que se refiere al café. En la provincia de Loja esta mas de 6 años, la empresa compra el café especialmente de Chaguarpamba y Quilanga, no tiene agencia en Loja sino que tienen personas que trabajan para ellos y son ellos quienes compran el café a las asociaciones o a pequeños productores pero igualmente mandan un especialista en café mensualmente a la zona para que realice inspecciones del producto y mantenga contacto con estos productores o asociaciones. Ellos trabajan en forma directa con sus productores no tienen intermediarios también han donado equipos especializados en café a diferentes asociaciones, además capacitan a los productores sobre como producir un café especial ya que el café Chaguarpamba es muy cotizado y por ende ellos deben de manejar mejor la producción. La empresa paga por el café un precio alto y justo. Igualmente ellos exportan el café de Chaguarpamba a otros países.

¹⁸ Internet: www.escoffe.com



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “29 DE ENERO”:

Esta cooperativa de ahorro y crédito fue creada el 29 de Enero del 2000, Esta entidad financiera se encuentra ubicada en la cabecera cantonal (Calle 10 de Agosto y 29 de Mayo o parque Central).

Los servicios con que cuentan son los siguientes:

- *Créditos sobre firma Ordinario:*

Los créditos están entre 100 - 600 dólares, y son evaluados por la gerencia

- *Créditos sobre firma Extraordinario:*

Los créditos están entre 600 - 3.000 dólares, y son evaluados por la comisión de crédito.

- *Créditos Hipotecarios:*

Los créditos están entre 4.000 a 7.000 dólares, y son evaluados por la comisión de crédito.

- *Apertura de una Cuenta de Ahorro:*

El monto mínimo de apertura es de 10.00 dólares mas la copia de cedula, certificado de votación y una planilla de agua, luz o teléfono.

Para obtener un crédito:

Para obtener un crédito la persona tiene que tener una cuenta de ahorro de la institución y mantenerla en constante movimiento por lo menos 3 meses.

Anexo Nro. 6

TEST DE IDENTIFICACIÓN DE EMPRENDEDORES

Este cuestionario sólo es orientativo; sirve para que pueda identificar los medios necesarios para llegar a ser un verdadero emprendedor, potenciando lo bueno que encuentre de sí mismo y corrigiendo sus posibles faltas.

| | | |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1 | ¿Sabe compartir o repartir el trabajo entre más gente? | A B C D |
| 2 | ¿Colabora con otros grupos de personas, aunque no estén relacionados con usted directamente? | A B C D |
| 3 | ¿Le gustan los cambios en su trabajo? | A B C D |
| 4 | ¿Establece con facilidad relaciones con la gente? | A B C D |
| 5 | ¿Le gusta dar ánimo a sus familiares, amigos, compañeros...? | A B C D |
| 6 | ¿Es optimista, positivo ante situaciones difíciles o arriesgadas? | A B C D |
| 7 | ¿Es ordenado, organizado...? | A B C D |
| 8 | ¿Es capaz de ceder para que todos salgan ganando, aunque usted gane menos? | A B C D |
| 9 | ¿Da importancia a la situación personal de la gente que lo rodea? | A B C D |
| 10 | ¿Le gusta imaginar diversas soluciones ante cualquier tipo de problema? | A B C D |

| | | |
|---|------------------------|----------|
| A | Sí, siempre | 4 puntos |
| B | A menudo, casi siempre | 3 puntos |
| C | Alguna vez, no siempre | 2 puntos |
| D | No, nunca | 1 punto |

El resultado responde a la suma de los puntos que le dan las letras elegidas en cada pregunta.

- **30 o más puntos:** usted tiene madera de emprendedor, pero eso no le asegurará el éxito en su empresa. Tiene que potenciar sus cualidades.
- **De 15 a 29 puntos:** está en el punto medio, con buenas y no tan buenas cualidades. Potencie las positivas y corrija las negativas.
- **Menos de 15 puntos:** le faltan cualidades como emprendedor. Tiene que adoptar los hábitos necesarios para llegar a ser un buen empresario si desea tener más probabilidades de éxito en su nuevo negocio.

Anexo Nro. 7

ESQUEMA PARA ANALIZAR LA VIABILIDAD DE UN EMPRENDIMIENTO

- ¿Tiene conocimientos reales o titulaciones relacionadas directamente con la producción, distribución, venta, etc., de los productos o servicios que piensa vender?

| | | | | | | | |
|---------|-----------------------|-------|-----------------------|-----------|-----------------------|--------|-----------------------|
| Ninguno | <input type="radio"/> | Pocos | <input type="radio"/> | Bastantes | <input type="radio"/> | Muchos | <input type="radio"/> |
|---------|-----------------------|-------|-----------------------|-----------|-----------------------|--------|-----------------------|

- ¿Tiene experiencia en lo que concierne a su idea de negocio?

| | | | | | | | |
|---------|-----------------------|------|-----------------------|----------|-----------------------|-------|-----------------------|
| Ninguna | <input type="radio"/> | Poca | <input type="radio"/> | Bastante | <input type="radio"/> | Mucha | <input type="radio"/> |
|---------|-----------------------|------|-----------------------|----------|-----------------------|-------|-----------------------|

- ¿Cuántos clientes pueden estar dispuestos a comprar los productos o servicios que ofrecerá?

| | | | | | | | |
|----------------|-----------------------|-------|-----------------------|-----------|-----------------------|--------|-----------------------|
| No hay mercado | <input type="radio"/> | Pocos | <input type="radio"/> | Bastantes | <input type="radio"/> | Muchos | <input type="radio"/> |
|----------------|-----------------------|-------|-----------------------|-----------|-----------------------|--------|-----------------------|

- ¿Qué poder adquisitivo pueden tener sus probables clientes?

| | | | | | | | |
|--------|-----------------------|------|-----------------------|-------|-----------------------|------|-----------------------|
| Mínimo | <input type="radio"/> | Bajo | <input type="radio"/> | Medio | <input type="radio"/> | Alto | <input type="radio"/> |
|--------|-----------------------|------|-----------------------|-------|-----------------------|------|-----------------------|

- ¿Será fácil llegar a sus clientes con los productos y servicios que desea ofrecer?

| | | | | | | | |
|-------------|-----------------------|---------|-----------------------|-------|-----------------------|-----------|-----------------------|
| Muy difícil | <input type="radio"/> | Difícil | <input type="radio"/> | Fácil | <input type="radio"/> | Muy fácil | <input type="radio"/> |
|-------------|-----------------------|---------|-----------------------|-------|-----------------------|-----------|-----------------------|

- Los productos o servicios que piensa vender, tienen una larga vida o mueren rápidamente?

| | | | | | | | |
|---------------|-----------------------|-----------|-----------------------|------------|-----------------------|----------------|-----------------------|
| Muy poca vida | <input type="radio"/> | Poca vida | <input type="radio"/> | Larga vida | <input type="radio"/> | Muy larga vida | <input type="radio"/> |
|---------------|-----------------------|-----------|-----------------------|------------|-----------------------|----------------|-----------------------|

- ¿Qué inversión inicial necesita su idea para ponerse en marcha en lo que concierne a sus propias posibilidades?

| | | | | | | | |
|------------|-----------------------|--------|-----------------------|------------------|-----------------------|-------------|-----------------------|
| Muy grande | <input type="radio"/> | Grande | <input type="radio"/> | Puede realizarla | <input type="radio"/> | Muy pequeña | <input type="radio"/> |
|------------|-----------------------|--------|-----------------------|------------------|-----------------------|-------------|-----------------------|

- Una vez que la idea esté en marcha, ¿el mantenimiento durante el primer año será muy costoso?

Muy costoso Costoso Puede asumirse Muy pequeño

- Siempre de acuerdo con sus posibilidades, ¿la inversión que necesita efectuar para comunicar a sus clientes la actividad de su futura empresa y el mantenimiento de esta comunicación es muy alta?

Muy alta Alta Puede asumirse Muy pequeña

- Los costes para hacer llegar a los clientes potenciales sus productos y servicios, ¿cómo serán?

Muy elevados Elevados Pueden asumirse Muy bajos

- ¿Cree que tendrá mucha dificultad para marcar los precios de sus productos o servicios?

Mucha Bastante Muy poca Ninguna

- ¿Los costes para fabricar o dar los servicios a sus posibles clientes, podrá controlarlos y, por lo tanto, serán estables?

Nada estables Inestables Controlables Muy controlables

- ¿Cree que no tendrá dificultad para encontrar a los proveedores necesarios y podrá reponerlos cuando lo crea conveniente?

No hay proveedores Hay muy pocos Hay los suficientes Hay muchos

- ¿Las disposiciones legales, que dictan las normas de la actividad mercantil que desea realizar, le son favorables?

Nada favorables Poco favorables Favorables Muy favorables

- ¿Cree que la situación social y las tendencias de las modas dan apoyo a su idea de negocio?

Ningún apoyo Poco apoyo Apoyo aceptable Mucho apoyo

1ª columna: 0 puntos

2ª columna: 1 punto

3ª columna: 2 puntos

4ª columna: 3 puntos

Si tiene 24 puntos o más: “En este primer análisis, su idea parece viable. Continúe adelante y profundice en su estudio con los siguientes apartados de esta guía. De todos modos, observe si hay alguna pregunta en que la casilla marcada está en la primera columna. Eso sólo podría arruinar su negocio. ¡Cuidado! Trate de resolver, al menos sobre el papel, los posibles problemas que estén marcados en las casillas de las columnas 1ª y 2ª para continuar adelante”.

Si tiene menos de 24: “En este primer análisis, su idea tiene una viabilidad dudosa. Puede decirse que su idea, en algunos aspectos, es muy arriesgada. Mire cuáles son estas dificultades y trate de resolverlas, al menos sobre el papel. Si cree que no es posible, abandónela y pruebe con otras ideas. Ganará tiempo y dinero”.

Anexo Nro. 8

FUENTES DE FINANCIAMIENTO:

| NOMBRE | DESCRIPCIÓN |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| La Corporación Financiera Nacional (CFN) | <p>CFN de Ecuador, busca incrementar la cobertura geográfica y el volumen de operaciones dirigidas a solventar las necesidades de financiamiento de la microempresa. Actualmente, la CFN está autorizada a brindar créditos como banca de primer piso, en esta área tiene programa de crédito para la microempresa.</p> <p>Contactos:</p> <p>Oficina Sucursal Loja Juan José Peña y Azuay, esq. Primer piso Teléfono (593) 072 571-616 Telefax (593) 072 584-242</p> |
| El Ministerio de Bienestar Social (MBS) | <p>El MBS de Ecuador, a través del Programa de Protección Social maneja un programa destinado específicamente a microempresarios que se denomina Crédito Productivo Solidario (CPS) y fue creado a principios del 2001, El CPS busca mejorar los niveles de vida e ingreso de la población más pobre, por medio del acceso al crédito, capacitación y asistencia integral Especializada</p> <p>Contactos: www.mcds.gov.ec</p> |
| La Cooperación Suiza al Desarrollo en Ecuador (COSUDE) | <p>COSUDE Ecuador, la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación que su sede principal esta en Suiza fomenta el desarrollo empresarial en el área rural: busca desarrollar capacidad organizacional y operacional, espíritu empresarial, tanto en empresas familiares como en los niveles de procesamiento y comercialización. Se centra en el fortalecimiento y el mejoramiento de las ofertas locales de servicios, a través de capacitación profesional según las necesidades locales.</p> <p>Contactos: www.cosude.org.ec</p> |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>La Fundación Huancavilca</p> | <p>La fundación Huancavilca es ecuatoriana que a través de su Centro de Desarrollo Empresarial (CEDEM) ofrece capacitación y de enseñanza profesional y técnica para los microempresarios. El CEDEM ha sido certificado y avalado por el Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional (CNCF). Sus cursos están financiados hasta un 80% por el CNCF siempre y cuando el trabajador esté afiliado al IESS. Además, con una alianza con la Fundación de Empresarios para el Desarrollo Social (FEMDES), han creado el Programa Formativo de microempresas de Unidades Productivas Familiares, enfocado a la creación de microempresas para facilitar la creación y generación de una nueva fuente de ingresos y por ende la calidad de vida del trabajador y su entorno.</p> <p>Contactos:</p> <p>huancavilca@huancavilca.org.ec www.remesasydesarrollo.info</p> |
| <p>El Centro de Promoción y Empleo para el Sector Informal Urbano</p> | <p>Este Centro (CEPESIU) ecuatoriano, desde hace más de 22 años se dedica a contribuir al desarrollo del sector de la microempresa prestando servicios de apoyo dirigidos tanto a los microempresarios, los servicios y programas que ofrece CEPESIU son: servicios financieros, desarrollo económico local, servicios de desarrollo empresarial, promoción de sistemas autogestionados de ahorro, crédito y capitalización, gestión del conocimiento.</p> <p>Contactos:</p> <p>www.cepesiu.org</p> |
| <p>Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI):</p> | <p>Que en Ecuador se ha concentrado en fortalecer a entidades financieras que prestan servicios a microempresarios, entre 2001 y 2004 ha aprobado operaciones con Banco Solidario, Credife y Banco Procredit. También existen otros proyectos de ONG españolas que apoyan a instituciones locales con fondos de la AECI. Su sede principal es en España.</p> <p>Contactos:</p> <p>www.aeciecuador.org</p> |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento del Banco Mundial (BIRF):</p> | <p>El BIRF obtiene la mayoría de sus fondos en los mercados financieros mundiales y se ha convertido en uno de los prestatarios institucionales más grandes desde que emitió su primer bono en 1947. Los ingresos generados por el BIRF con el paso de los años le han permitido financiar actividades de desarrollo y garantizar su solidez financiera. Esta en 126 países y su sede principal es Estados Unidos.</p> <p>Tiene un amplio portafolio de proyectos en Ecuador en sectores de desarrollo rural, agricultura, finanzas públicas, agua y saneamiento, energía, salud, entre otros. Se ha acercado a la microempresa a través del programa PROLOCAL impulsando el desarrollo local y el fortalecimiento de los sistemas financieros rurales.</p> <p>Contactos:</p> <p>www.bancomundial.org</p> |
| <p>Banco Interamericano de Desarrollo (BID):</p> | <p>Sede en Washington, D.C. y Representaciones en 26 países prestatarios, además de una oficina regional en Tokio y otra en París.</p> <p>Proporciona recursos y asistencia técnica para el desarrollo de la microempresa a través de sus programas de empresariado Social.</p> <p>Contactos:</p> <p>www.iadb.org</p> <p>Representante:</p> <p>Carlos N. Melo</p> <p>Dirección:</p> <p>Avda. 12 de Octubre N24-528 y Cordero Edificio World Trade Center - Torre II, Piso 9 Quito, Ecuador</p> <p>Apartado postal:</p> <p>Apartado Postal N° 17-07-9041 Quito, Ecuador</p> <p>Teléfono:</p> <p>(593-2) 299-6900</p> <p>Fax:</p> <p>(593-2) 299-6969</p> <p>Correo electrónico:</p> <p>BIDEcuador@iadb.org</p> |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Corporación Andina de Fomento (CAF):</p> | <p>Sus principales accionistas son Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, Venezuela y, además, cuenta entre sus socios a Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, España, Jamaica, México, Panamá, Paraguay, República Dominicana, Trinidad & Tobago, Uruguay y 15 bancos privados de la región.</p> <p>La CAF ha mantenido una presencia permanente en sus países accionistas, lo que le ha permitido consolidar su liderazgo regional en cuanto a la efectiva movilización de recursos. En la actualidad, es la principal fuente de financiamiento multilateral de los países de la Comunidad Andina. Ellos apoyan las microfinanzas a través del apoyo institucional a IMF siendo accionista de Banco Solidario, Credife y Banco Procredit, y fomenta la capacidad emprendedora a través de cooperaciones técnicas para iniciativas como las incubadoras de empresas en las universidades.</p> <p>Contactos:</p> <p>www.caf.com</p> <p>Av. 12 de Octubre N. 24-562 y Cordero, Edificio World Trade Center, Torre A, piso 13, Quito</p> <p>Teléfono: +593 (2) 222-4080 (master)</p> <p>Fax: +593 (2) 222-2107</p> <p>e-mail: ecuador@caf.com</p> |
| <p>Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA):</p> | <p>Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, con sede en Costa Rica. Ha apoyado al fondo de desarrollo local FONLOCAL facilita recursos a COAC reguladas y no reguladas y ONG a nivel regional. Otorga cooperaciones técnicas relacionadas con ampliación de mercados, implementación de modelos formales al ámbito rural, cadenas de valor, financiamiento a pequeñas empresas, entre otros.</p> <p>Contactos:</p> <p>www.iica-ecuador.org</p> <p>Av. 12 de Octubre N24-584 y Francisco Salazar (esp.) edif. Torre Sol Verde, piso2.</p> <p>PBX: (593) 2 - 2945104 2945046</p> <p>apdo. 17-03-00201, Quito - Ecuador</p> <p>Consultora; Artieda Catalina</p> <p>catalina.artieda@iica.int; Ext. 3227</p> <p>correo electrónico: iica.ec@iica.int</p> |

| | |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Programa de Voluntarios de las Naciones Unidas (UNV):</p> | <p>Este programa UNV esta en todas partes pero su cede principal esta en Estados Unidos, Incentiva la creación de empleo a través de su programa de apoyo a la pequeña y mediana empresa, con la instalación de agencias de desarrollo empresarial que brindan servicios especializados, crédito alternativo y asesoramiento técnico.</p> <p>Contactos: www.unv.org.ec</p> <p>Avenida Amazonas 2889 y La Granja, Edificio Naciones Unidas Telf: (593-2) 2460330 Extensiones 2414 / 2413 unv.ecuador@undp.org Quito-Ecuador</p> |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Anexo Nro. 9
FORMATO PARA CAPACITACIÓN

Para conocer mas sobre el contenido que se dara en la capacitacion haremos un formato en donde expondremos los temas a realizarse y que es obtenido por el libro: "Desarrollo de la Pequeña Empresa". Distribuida gratuitamente por el M.I. Municipalidad de Guayaquil.

INDICE:

CAPITULO 1

Las microempresas y sus principales desafios

Primer desafio: Asumir que usted es un pequeño empresario.....

Segundo desafio: Reflexione sobre usted y su negocio.....

Tercer desafio: Conocer las variables que afectan su negocio. El FODA.
Con este curso proponemos.....

Actividad.....

CAPITULO 2

El mercado: El cliente y la competencia

Cliente\$ se escribe con \$\$\$.....

Los clientes tienen diferentes necesidades.....

Que necesitan los clientes.....

Trate de satisfacer a un grupo definido de clientes.....

La otra cara del mercado: la competencia.....

Actividad.....

CAPITULO 3

Haciendo una investigacion de mercado con pocos recursos

| | |
|----------------------------------------------------|--|
| ¿Qué es una investigacion de mercado?..... | |
| ¿Cómo hacer una investigacion de mercado?..... | |
| Defina que es lo que quiere averiguar o saber..... | |
| Piense donde puede conseguir esta informacion..... | |
| Preguntese como puede obtenerla..... | |
| Obtenga la informacion..... | |
| Organice y analice los datos obtenidos..... | |
| Saque conclusiones y tome decisiones..... | |
| Actividad..... | |
| Fichas Utiles..... | |

CAPITULO 4

Construyendo una imagen propia de su negocio

| | |
|------------------------------------------------------------------|--|
| El consumidor crea una imagen de su negocio..... | |
| ¿Qué factores influyen en el posicionamiento de su negocio?..... | |
| Actividad..... | |

CAPITULO 5

El producto y la calidad del servicio

| | |
|-------------------------------------------------------------------------|--|
| El cliente tiene en cuenta otras cosas ademas del precio..... | |
| Las características técnicas y funcionales del producto o servicio..... | |
| La amplitud de la línea de productos o servicios..... | |
| Los beneficios que le brinda al cliente..... | |
| El precio al que vende sus productos o servicios..... | |
| El envase..... | |
| Actividad..... | |

CAPITULO 6

Como llegar al cliente: La ubicación del negocio y la distribución

Estudie con cuidado la ubicación de su negocio.....

Llegue con el producto donde el cliente lo necesita.....

Actividad.....

CAPITULO 7

Publicite y Promocione

Elabore su plan de publicidad.....

Promocione sus productos y consiga la fidelidad de sus clientes.....

Actividad.....

CAPITULO 8

El secreto esta en la mezcla

El "arte" esta en saber combinar las variables.....

Hagase fuerte en un elemento.....

Actividad.....

CAPITULO 9

Controlando sus costos

¿Por qué necesitamos conocer los costos?.....

¿Cómo agrupar los costos?.....

El punto de equilibrio.....

Algunos costos.....

Actividad.....

CAPITULO 10

Como registrar las operaciones del negocio

| | |
|-----------------------------------------------------------|--|
| El pequeño empresario necesita informacion confiable..... | |
| El libro diario..... | |
| Registro de ventas, compras y gastos..... | |
| Registro caja..... | |
| Registro de cuentas por cobrar..... | |
| Registro de cuentas por pagar..... | |
| Ganancia o perdida..... | |
| El flujo de caja..... | |
| ¿Qué es el flujo de caja?..... | |
| ¿Cómo elaborar un flujo de caja?..... | |
| Actividades..... | |
| Fichas Utiles..... | |

CAPITULO 11

Las ventajas de asociarse

| | |
|---------------------------------------------------------|--|
| Como superar las dificultades de las microempresas..... | |
| Para que asociarse..... | |
| Actividad..... | |

CAPITULO 12

Como implementar los cambios en su empresa

| | |
|-----------------------------------------------------|--|
| Haciendo el diagnostico integral de su empresa..... | |
| El diagnostico integral..... | |
| Plan de accion..... | |

Anexo Nro. 10



PERFIL DEL PROYECTO
MUNICIPIO DE CHAGUARPAMBA
GESTIÓN MICROEMPRESARIAL

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE MICROEMPRESA

1. NOMBRE DEL PROYECTO:

En este punto se debe exponer un nombre que identifique al proyecto.

2. AUTORES:

Se debe señalar el o los nombres del o los autores, dirección, teléfono, barrio. etc.

3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA:

Se responderá a preguntas como: ¿Cuáles son los datos relevantes del proyecto?; es decir una breve descripción del proyecto, ¿**Cuál es el “problema”** y sus causas?. ¿A quiénes **beneficiará este proyecto**?, ¿dónde se va a hacer o aplicar el proyecto? Aquí se trata de señalar con la mayor precisión el lugar físico donde se llevará a cabo el proyecto. (Mínimo 1 hoja, máximo 2 hojas)

4. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO:

Se responderá a la pregunta: ¿por qué se quiere realizar? Aquí se dan los fundamentos que explican la necesidad de actuar en tal o cuál sentido, de acuerdo a los problemas detectados. Se debe describir el por qué del proyecto y su importancia para el problema que se busca resolver. (Mínimo 1 hoja, máximo 2 hojas).

5. OBJETIVOS

Objetivo General:

Apunta al para qué va a servir el proyecto o su finalidad en su sentido más amplio, a más largo plazo. Del conjunto de actividades que se pretende realizar, se espera lograr un cambio, una situación diferente o mejorada. Es el propósito central que oriente el trabajo a realizar, siendo este el "norte" en todo momento, junto con ser el (los) aspecto(s) a evaluar.

Objetivo(s) Específicos:

Es aquí dónde se debe responder la siguiente pregunta: ¿qué se debe hacer para alcanzar el propósito final? Se señalan puntualmente las acciones que se llevarán a cabo en el proyecto, los medios que se utilizarán y el por qué y para qué se realizarán, así como logros o resultados que se esperan alcanzar.

Un objetivo bien formulado, es aquel que logra transmitir lo que realmente intenta realizar o alcanzar el proyecto. Si se cumplen a cabalidad los objetivos específicos

se supone que se han alcanzado las metas señaladas por éstos, y se habrá resuelto el problema formulado.

6. METODOLOGÍA DE TRABAJO:

La descripción de la metodología de trabajo responde a la pregunta: ¿Cómo se espera resolver el problema al cual apunta el proyecto? Aquí será necesario argumentar en torno al modo como las acciones que el proyecto se propone implementar, contribuirán al cambio de las condiciones que generan el problema, cuáles serán los efectos que se espera producir. Hay tres técnicas de trabajo: la encuesta, la entrevista, la observación.

La técnica escogida dependerá de factores como tiempo, dinero, personal, instalaciones, objetividad deseada, etc.

7. CRONOGRAMA Y ACTIVIDADES:

¿Qué acciones concretas se ejecutarán?., Describir cada una, señalando sus características, el tiempo, destinados a ellas. Esto significa conformar equipos de trabajo, asignar algunas responsabilidades etc.,

8. PRESUPUESTO:

¿Cuáles son los gastos del proyecto?., Detallar por separado los gastos e ingresos del proyecto en su totalidad, como por ejemplo, describir los recursos humanos (lo que se refiere al personal que se va a utilizar, su salario, etc.), operacionales (costo que va a tener la materia prima, insumos, etc.), y de infraestructura (lo relacionado a los costos del arriendo del local o compra de equipos, etc.) para saber cuanto nos costara la realización del proyecto.

a) Recursos Humanos:

- Número de personas que se requiere
- Características de la persona requerida (profesional, técnico, monitor, etc.)
- Monto a cancelar (por unidad de tiempo).

b) Recursos Operacionales

Materias primas para la confección de productos o realización de actividades

- Tipo y cantidad de materiales
- Costo individual de los materiales
- Costo total de los materiales

c) Recursos de Infraestructura

Instrumentos o bienes durables requeridos para la realización de productos o actividades.

- Tipo y cantidad de inmobiliario
- Costo individual de arrendamiento o compra
- Costo total de Infraestructura

Anexo Nro. 11
EL MÉTODO DE LOS 4 PASOS PARA INSTRUIR

1. DETERMINE LAS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN DEL TRABAJADOR

- a. Observando directamente el desempeño del trabajador para determinar sus deficiencias, en el desempeño de sus tareas.
- b. Ponga a prueba al trabajador, en tareas específicas y determine sus deficiencias.
- c. Formule preguntas sobre procesos de trabajo, en aspectos técnicos o de seguridad.
- d. Analice las fallas ocurridas en el trabajo (accidentes, deterioro de equipo, errores en la construcción, y otros)

Desde luego que no es necesario esperar a que ocurra un accidente o se cometa una falla en el trabajo, para determinar la necesidad de capacitar a los trabajadores, pero es necesario analizar cualquier falla que se dé en el trabajo y determinar si esta se debió a la falta de capacitación en los trabajadores.

2. ANALICE LA TAREA

Una vez determinada la tarea en que es necesario capacitar al trabajador, realice la descomposición del trabajo de la siguiente manera:

- a. Anote las fases u operaciones importantes de la tarea a enseñar.
- b. Anote los puntos clave de cada fase (punto clave es todo lo que condiciona el éxito del trabajo, o que sirve para evitar accidentes o facilitar el trabajo).

3. PREPARE TODO LO NECESARIO PARA LA CAPACITACIÓN

- a. Equipo, herramientas, materiales, dibujos, Etc. .
- b. Escoja el lugar más adecuado del taller, para dar la capacitación, se debe de contar con:
 - Buena iluminación.
 - Espacio suficiente.
 - Todo el material, equipo y las demás cosas necesarias para instruir al trabajador.

4. COMO INSTRUIR AL TRABAJADOR

4.1 PASO: PREPARAR AL TRABAJADOR

- a. Haga que se sienta a gusto, explicándole la tarea que le va a enseñarle.
- b. Despierte su interés por aprender el trabajo:
 - Háblele de la importancia que tiene la tarea que va a enseñarle para la producción de la microempresa.
 - Hágale ver lo importante que será para su desempeño, entender y saber hacer el trabajo que le pidan.
- c. Colóquelo en la misma posición que se encontrará al realizar el trabajo.

4.2 PASO: DEMUESTRE EL TRABAJO

- a. Explíquelo, muestre e ilustre, una a una, las fases del trabajo a realizar.
- b. Recalque cada punto clave.
- c. Enseñe clara, completa y pacientemente.
- d. No enseñe muchas cosas en cada lección.

4.3 PASO: PONGA A PRUEBA AL TRABAJADOR

- a. Hágale ejecutar el trabajo y corrija los errores que él cometa.
- b. Pídale que repita los puntos clave mientras realiza el trabajo.
- c. Hágale preguntas para asegurarse de que aprendió.
- d. Repita las explicaciones y aclare dudas cuando sea necesario
- e. Continúe hasta asegurarse de que el trabajador sabe y “felicitelo”.

4.4 PASO: OBSÉRVELO EN LA PRÁCTICA

- a. Hágalo trabajar independientemente.
- b. Indíquele quien le puede aconsejar y aclarar dudas, en cualquier momento
- c. Supervíselo amable y frecuentemente.
- d. Disminuya gradualmente la ayuda y el control.